

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

As Contribuições das Redes Sociais como Ferramenta de Governança e Interação com os Cidadãos: O Caso da Prefeitura Municipal de Salvador

Luciano Braz dos Santos Rodrigues

Mestrado em Administração Pública

Orientadora:

Doutora Maria José Sousa, professora auxiliar com agregação
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2021



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Ciência Política e Políticas Públicas

As Contribuições das Redes Sociais como Ferramenta de Governança e Interação com os Cidadãos: O Caso da Prefeitura Municipal de Salvador

Luciano Braz dos Santos Rodrigues

Mestrado em Administração Pública

Orientadora:

Doutora Maria José Sousa, professora auxiliar com agregação
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2021

Agradecimentos

Em agosto de 2019 cheguei ao ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa em Portugal para iniciar o mestrado em Administração Pública, e, desde então a Universidade e o País têm me proporcionado novas oportunidades, muitos aprendizados, não somente no âmbito acadêmico, mas também no que toca ao meu ser, ressaltando os excepcionais colegas de curso e amigos feitos no decorrer dessa trajetória.

Início aqui agradecendo a minha mãe Téo, que sempre foi uma incentivadora e apoiadora em todos os meus sonhos e projetos, mesmo que eles parecessem distantes e as vezes não fizessem sentido para ela. Ela, professora por vocação, plantou a semente do conhecimento em mim, semente essa que continua germinando dia após dia, que me proporcionou todas as oportunidades que estavam ao seu alcance e que, durante toda a minha vida, falou sobre a importância da educação. Os agradecimentos também valem ao meu Pai, Rodrigues que mesmo não estando mais nesse plano, foi e continuará sendo fundamental em toda a minha trajetória de vida, pois os seus valores e ensinamentos estão impregnados no meu ser. Tudo o que eu sou, eu devo a vocês.

A estrutura familiar é muito importante para que se chegue em qualquer patamar da vida, seja, acadêmico, social ou econômico, e eu fui agraciado por ter também irmãos maravilhosos como o Victor e Ricardo que muitas vezes, ouviram meus anseios, trabalharam e tomaram conta do nosso negócio enquanto eu estava fora, me orientaram e apoiaram, ajudaram e até puxaram minha orelha quando necessário. Como não agradecer a minha princesa Lara, que é o amor e razão da minha vida, que com apenas 4 aninhos, me ligou quase que diariamente e aqueceu meu coração enquanto eu estava na gélida Europa em busca dos meus objetivos. E a sua mãe Viviane que sozinha conseguiu durante esse período cuidar tão bem dela e fazer com que ela cresça, feliz, educada e repleta de amor.

Agradeço também a minha professora orientadora, Dr. Maria José Sousa que embora as muitas viagens a trabalho e a excessiva carga laboral, sempre foi solícita e disponível para sanar minhas dúvidas e me ajudar no que eu precisasse. Importante citar também os demais professores do curso que puderam me fazer entender de forma mais clara e simples esse complexo mundo da administração pública, representados aqui pela figura do seu coordenador o professor Salis Gomes.

A todos os colegas do mestrado em administração pública, sim, eu tive os melhores colegas e a melhor turma que um estudante poderia ter. Aos amigos e colegas do Brasil, Portugal, Angola e demais países que participaram de todo esse processo, especialmente Jenifen Miranda, Leandro Schneider, Bruno Gonçalves pelas contribuições que fizeram ao meu projeto de pesquisa e pelas discussões que sempre me ajudaram nesse processo de aprendizado.

Agradeço também a todos que responderam e ajudaram na divulgação dos questionários e a todos os colaboradores da Prefeitura municipal de Salvador que participaram de forma direta ou indireta dessa pesquisa. Por fim agradeço a todos os amigos que estiveram presentes nessa caminhada tanto proporcionando momentos de descontração, apoiando e respeitando o momento em que eu estava inserido.

“Para acompanhar a alta velocidade da tecnologia; precisamos atualizar a cabeça todo dia, com três palavras: aprender, atualizar e adaptar.” (Delson Jacinto Vieira).

Resumo

Este trabalho foi elaborado a partir do estudo das teorias, conceitos existentes e pesquisa sobre a utilização das redes sociais pela administração pública a fim que possamos entender como essa ferramenta é utilizada pelo setor público, em especial pelas prefeituras destacando-se a prefeitura de Salvador. Se a sua utilização é uma tendência que veio para ficar, se esse modelo traz vantagem competitiva para as organizações, entre outras perguntas que cercam o tema. Foram identificados quais são as principais redes sociais utilizadas, como se dá seu uso, qual a percepção dos cidadãos e gestores e o nível de interação com os cidadãos. Posteriormente foram aplicados questionários tanto para os funcionários da adm. pública tanto para os cidadãos que interagem com essas redes, depois analisadas e tratadas as informações colhidas para que se pudesse chegar a um diagnóstico. Neste trabalho estudamos como a prefeitura municipal de Salvador utiliza os meios tecnológicos para se aproximar e ter uma comunicação mais eficiente com os cidadãos, com foco na utilização das redes sociais, tentando vislumbrar situações/modelos que possam levar a administração pública a inserir e incrementar essa ferramenta de forma mais efetiva nos seus processos. O objetivo dessa pesquisa é apresentar e discorrer sobre como as instituições públicas e os governos utilizam as mídias sociais para ampliar a sua comunicação e interação com os cidadãos, através de um estudo do uso das principais redes por essas organizações e também de uma revisão de literatura inerentes a área de estudo. Como abordagem de investigação foram utilizados os métodos qualitativo e quantitativo, mediante revisão de literatura, análise documental, aplicação de entrevista e coleta de dados através da aplicação de questionários. Muito embora a prefeitura de Salvador seja uma das pioneiras e referência na utilização das mídias sociais, já tendo inclusive uma gestão profissional voltada apenas para esse tipo de comunicação, ainda está longe de proporcionar segurança e ter uma relação de troca eficiente com os cidadãos proporcionando efetividade na utilização dessa ferramenta. Percebe-se então a confirmação do estudo de diversos autores como Brandão (2008) de que a administração pública utiliza essas redes sociais quase que de forma exclusiva para informar os cidadãos sobre suas ações e se autopromover, não havendo uma interação considerável e troca entre as partes que poderia resultar em ações e políticas públicas mais assertivas. Como contribuição dessa pesquisa ao público será proposto um “modelo” que possa fomentar essa troca, aproximação e interação com os cidadãos de forma mais efetiva conforme já acontece no privado tendo como enquadramento teórico os preceitos do *New Public Management* (NPM).

Palavras-chave: Redes Sociais, Tecnologias da Informação e do Conhecimento, Comunicação digital, Administração Pública.

Abstract

This work was elaborated from the study of theories, existing concepts, and studies on the use of social networks by the public administration in order to understand how this tool is used by the public sector, especially by city halls, especially the city of Salvador . If its use is a trend that is here to stay, if this model brings competitive advantage to organizations, among other questions surrounding the topic. The main social networks used were identified, how they are used, what is the perception of citizens and managers and the level of interaction with citizens. Questionnaires were later applied to both adm employees. public for citizens who interact with these networks, after which the collected information was analyzed and treated so that a diagnosis could be reached. In this work, we study how the city hall of Salvador uses technological means to approach and have a more efficient communication with citizens, focusing on the use of social networks, trying to envision situations/models that can lead the public administration to insert and increase this tool more effectively in your processes. The objective of this research is to present and discuss how public institutions and governments use social media to expand their communication and interaction with citizens, through a study of the use of the main networks by these organizations and also a literature review inherent to the field of study. As a research approach, qualitative and quantitative methods were used, through literature review, document analysis, interview application and data collection through the application of questionnaires. Even though the city of Salvador is one of the pioneers and a reference in the use of social media, already having a professional management focused only on this type of communication, it is still far from providing security and having an efficient exchange relationship with citizens, providing effectiveness in using this tool. Therefore, the study by several authors such as Brandão (2008) confirms that the public administration uses these social networks almost exclusively to inform citizens about their actions and promote themselves, with no considerable interaction and exchange between the parties. which could result in more assertive actions and public policies. As a contribution of this research to the public, a “model” will be proposed that can promote this exchange, approximation and interaction with citizens more effectively, as already happens in the private sector, having as theoretical framework the precepts of New Public Management (NPM).

Keywords: Social Networks, Information and Knowledge Technologies, Digital Communication, Public Administration.

Índice

Lista de Quadros	xi
Lista de Figuras	xiii
Lista de Abreviaturas	xv
Introdução	1
1 Enquadramento Teórico e Conceitos Importantes	5
1.1 Tecnologia da Informação e Conhecimento (TICs)	5
1.2 Nova Gestão Pública (NGP)	7
1.3 Governança na Administração Pública e Estado Digital	9
1.4 Governo Eletrônico	11
1.5 Lei de Acesso à Informação (LAIR)	12
2 As Redes Sociais na Administração Pública	15
2.1 Conceitos de Redes Sociais	15
2.2 A Utilização das Redes Sociais	16
2.3 O Papel das Redes Sociais na Administração Pública	18
3 As Redes Sociais na Prefeitura Municipal de Salvador/BA	23
3.1 A Cidade de Salvador	23
3.2 Quadro Geral das Redes Sociais da PMS	26
3.3 ACM Neto e as Redes Sociais	30
4 Abordagem Metodológica	37
4.1 Técnicas, Procedimentos e Instrumentos de Recolha de Dados	37
4.2 Técnica de Análise de Dados e Desenho de Pesquisa	39
5 Discussão e Resultados	41
6 Contribuições para a Prática de um Modelo Ideal de Utilização das Redes Sociais	59
6.1 Recomendações e Sugestões para os Gestores Públicos no Processo de Comunicação Digital com os Cidadãos	60
6.2 Limitações da Investigação	62
6.3 Sugestões de Investigação Futura	62
Conclusão	63
Bibliografia	67
Apêndice A – Questionário Aplicado aos Cidadãos	i
Apêndice B – Questionário Aplicado aos Gestores	ix

Lista de Quadros

Quadro 5.1: Caracterização sociodemográfica por idade, sexo, escolaridade e ocupação dos participantes da Pesquisa.....	42
Quadro 5.2: Respostas por regiões administrativas de Salvador/BA	45
Quadro 5.3: Perfil dos seguidores das redes sociais da PMS e percepção das redes sociais da PMS pelos cidadãos	46
Quadro 5.4: Percepção dos cidadãos no engajamento das redes sociais da PMS, 2021, Salvador/BA	51
Quadro 5.5: Modelo ideal de redes sociais segundo os cidadãos, 2021, Salvador/BA	55

Lista de Figuras

Figura 2.1: Modelo conceptual	20
Figura 3.1: Evolução de fãs no Instagram da PMS (março de 2020 a fevereiro de 2021)....	28
Figura 3.2: Número de seguidores Instagram da PMS	28
Figura 3.3: Evolução de fãs do Facebook PMS	29
Figura 3.4: Crescimento no número de fãs do Facebook da PMS	29
Figura 3.5: Seguidores do Instagram nas capitais do Brasil	30
Figura 3.6: Comportamento da série histórica da página de ACM Neto no Facebook	31
Figura 3.7: Série histórica no perfil de ACM Neto no Instagram	32
Figura 3.8: Série histórica do perfil de ACM Neto no Twitter.....	32
Figura 3.9: Total de reações + comentários + compartilhamentos no Facebook	33
Figura 3.10: Tipologia das interações.....	33
Figura 3.11: Volume de interações no Instagram – total de curtidas + comentários	34
Figura 3.12: Tipologia das interações no Instagram	34
Figura 3.13: Volume de interações no Twitter – Total de curtidas + retuítes.....	35
Figura 3.14: Quantidade de curtidas e retuites no Twitter.....	35
Figura 4.1: Desenho de pesquisa	40
Figura 5.1: Utilização das redes sociais por idade.....	41
Figura 5.2: Utilização das redes sociais por nível de escolaridade	43
Figura 5.3: Conexão com a internet na opinião do cidadão, 2021 em Salvador/BA.....	48
Figura 5.4: Conexão com a internet na opinião dos gestores da rede, 2021 em Salvador/BA	49
Figura 5.5: Classificação dos cidadãos sobre as redes sociais, 2021 em Salvador/BA	50
Figura 5.6: Percentual de demandas atendidas através das redes sociais da PMS, 2021, Salvador, BA	53
Figura 5.7: Quantidade de demandas atendidas através das redes sociais da PMS, 2021, Salvador/BA	54
Figura 5.8: Percepção dos cidadãos sobre a gestão das redes sociais da PMS, 2021, Salvador/BA.	54
Figura 6.1: Modelo “ideal” redes sociais	59

Lista de Abreviaturas

AP – Administração Pública

Cufa Sussuarana – Central única das favelas

E-gov – Governo eletrônico

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

LAIR – Lei de Acesso à Informação

NGP – Nova Gestão Pública

NPM – *New Public Manager*

PMS – Prefeitura Municipal de Salvador

RS – Redes Sociais

SEMGE – Secretária municipal de gestão

TIC – Tecnologias da Informação e do Conhecimento

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

Introdução

É usual termos a imagem da máquina do Estado como sendo complexa, pesada e ineficiente, principalmente quando tratamos do funcionamento da administração pública, pois em muitos casos sua gestão é fragmentada, carece de uma melhor comunicação entre seus órgãos e seus processos são entendidos como lentos, redundantes e complexos. Do outro lado estão os cidadãos que buscam mais rapidez e agilidade nos processos, informações mais rápidas e de fácil acesso e clamam por menos burocracia (Ferreira, 2018). Entretanto nos últimos anos têm se observado uma tendência pela administração pública de melhora na eficiência, eficácia e efetividade nas prestações dos serviços públicos e uma tentativa de maior diálogo com os cidadãos, com a utilização das Tecnologias da Informação e do Conhecimento (TICs), no intuito de proporcionar que cada vez mais cidadãos possam ser atendidos/ouvidos, com maior clareza, agilidade e de forma mais eficiente (Ferraz, 2020).

O modo do Estado se comunicar com a população alterou-se, muito por conta do surgimento da internet, fazendo com que o uso das TICs nos últimos anos prolifera-se nos programas governamentais de vários países em todo o mundo com a evolução das tecnologias da informação e comunicação presenciada nos últimos anos. Com a chegada da internet e das tecnologias digitais surgiu um novo paradigma social, que muitos autores descrevem como “Sociedade da informação” ou rede fundamentada no poder da informação (Castells, 2002).

A expressão transformação digital tornou-se muito comum no mundo corporativo e já é uma realidade também na administração pública, mas ao contrário do que muitas empresas ainda pensam, essa transformação vai muito além da utilização da internet e da renovação de softwares, ela chegou para revolucionar a forma como pensamos os modelos de negócios, a sociedade e suas relações e está se tornando também uma transformação cultural. Por meio da tecnologia as organizações deverão se tornar mais organizadas, eficientes e automatizadas (Fonseca & Carapeto, 2009).

As tecnologias estão cada vez mais inseridas em nossas vidas, com isso torna-se essencial dominarmos sua aplicação e estarmos cada vez mais informatizando os processos do nosso dia a dia. Com a pandemia o número de pessoas e organizações que passaram a operar a partir de suas residências aumentou de forma considerável fazendo com que todos tenhamos que nos readaptar a essa nova realidade e consolidar uma tendência que embora bastante falada nos últimos anos era inserida de forma muito lenta no nosso *modus operandi* que é o trabalho remoto. Sendo assim, outra tendência que vem crescendo e se consolidando nessa atual conjuntura é a utilização das redes sociais como ferramenta capaz de auxiliar os gestores a se aproximarem dos cidadãos.

Na Reforma Gerencial do Estado de 1995, observam-se ações e intenções que visam a mudança e o aperfeiçoamento das relações entre o poder público e os cidadãos. Nesse processo um dos pontos primordiais envolve a comunicação entre essas partes, seja para o poder público informar ações e prestar contas à população, seja para o cidadão emitir sua opinião, reclamar ou pedir esclarecimentos. Paralelamente às mudanças na estrutura da administração pública em todas as suas esferas resultantes dessa reforma deu-se ainda uma considerável expansão da informatização das organizações. Esta nova visão de uso das tecnologias da informação como meio de proporcionar interação entre usuários e desenvolvedores tornou as emergentes mídias sociais potenciais canais de comunicação devido à sua flexibilidade, rapidez e alcance, além da possibilitar o compartilhamento de conteúdo, e aproximação com os órgãos públicos (Saad Correa, 2009).

Sendo assim para Santos (2016)

A comunicação com o cidadão é pressuposto para o fortalecimento da democracia ao permitir que a condução do Estado seja realizada de maneira aberta e controlada pela sociedade, que poderá monitorar o desenvolvimento das ações de governo e estabelecer controle social. Nesse aspecto, políticas que fortaleçam a transparência dos atos públicos e o acesso dos cidadãos às informações produzidas pelo Estado são comumente associadas à boa gestão e clamadas na tentativa de prevenção e combate à corrupção. Antes, informações públicas eram obtidas apenas por meio de mídias tradicionais de comunicação em massa. Agora, além dos veículos tradicionais, as pessoas conectadas à rede podem se interagir, informar-se e gerar conhecimento em tempo real, mais do que o proporcionado pela televisão, rádio e jornal. (p. 16).

Visto toda essa evolução dos aparatos tecnológicos e da maneira atual de se pensar a gestão pública e a sociedade, isso nos leva cada mais a uma busca exaustiva por uma modernização administrativa, onde os processos, respostas e interação com os cidadãos se deem de forma mais eficiente, eficaz e efetiva, trazendo assim uma maior assertividade na tomada de decisão e na implantação de políticas públicas, conforme explicitam Guimarães e Medeiros (2005):

A evolução da informática, dos meios de comunicação e da Internet definiu (e define cada vez mais) novos modelos para o relacionamento Estado/sociedade, configurando novas estruturas de governança. Essas novas tecnologias, portanto, teriam potencial para construir uma nova relação entre governantes e cidadãos (OCDE, 2001), pressupondo-se que

possibilitam uma administração pública mais eficiente, democrática e transparente. (p. 2).

Portanto se faz necessário o estudo da utilização das redes sociais pela administração pública pois ela é uma das ferramentas mais utilizadas atualmente pelos órgãos públicos visto a sua facilidade e rapidez em comunicar, aproximar, interagir e colher informações de milhares de usuários quase que de forma instantânea e por um baixo custo.

As redes sociais oferecem ao internauta/cidadão uma maior possibilidade de diálogo e aproximação na rede, onde todos podem ser emissores e receptores, podendo alternar essas posições com facilidade. Elas podem representar para o Estado mais uma alternativa de se relacionar e ter interação com o cidadão, seja na divulgação de informações públicas e no controle social dos atos administrativos, quanto no monitoramento do conteúdo resultante dessa interação. Por meio da análise de dados e informações do resultado das trocas nas mídias sociais os gestores públicos têm a possibilidade de vislumbrar o interesse dos cidadãos para o desenvolvimento de políticas públicas mais efetivas e que supram as necessidades da sociedade (Kniess, 2019).

É sabido que as mídias sociais já fazem parte da rotina de vida da maioria dos Brasileiros, mas segundo uma pesquisa recente da Global Digital Overview 2021, feita pelo site We Are Social em parceria com o Hootsuite, o Brasil é o país que mais utiliza mídias sociais na América Latina e os Brasileiros passam, em média, 10 horas e 08 minutos por dia conectados às plataformas. Visto esse cenário e o momento atual em que estamos todos repensando e revendo o modo como atuamos, nos conectamos e interagimos no ambiente virtual, principalmente por estarmos passando por uma pandemia onde os fluxos e deslocamentos devem ser reduzidos, devemos perguntar qual é a estratégia que as instituições públicas tem adotado para criar relações com as pessoas?

Então temos como perguntas norteadoras dessa pesquisa:

- Qual a contribuição das redes sociais na transparência da governança e comunicação na Administração Pública?
- Como a administração pública utiliza as TICs e ferramentas tecnológicas para aumentar a aproximação e a participação popular nos processos governamentais?
- Como é a utilização das redes sociais na administração pública de Salvador?
- Como a PMS utiliza a rede social como ferramenta de comunicação e aproximação com o cidadão?

O objetivo desse estudo é descrever e analisar como as instituições públicas e os governos utilizam as mídias sociais para ampliar a sua comunicação e interação com os cidadãos, através de um estudo do uso das principais redes por essas organizações e também de uma revisão de literatura inerente a área de estudo. Pudemos perceber através

do estudo de diversos autores que a Administração pública utiliza essas redes sociais quase que de forma exclusiva para informar os cidadãos sobre suas ações, não havendo uma interação e troca entre as partes. O que essa pesquisa propõe é estudar como se dão esses processos e como eles produzem resultados significativos para as organizações que os utilizam, conhecer sua utilização pela administração pública e tentar propor um modelo que possa fomentar essa troca, aproximação e interação com os cidadãos de forma mais efetiva conforme já acontece no privado, tendo como enquadramento teórico os preceitos do NPM. Foi proposto fazer um estudo de caso na Prefeitura municipal de Salvador por se tratar de uma administração municipal que é referência nacional na utilização das redes sociais, tem um forte engajamento com os cidadãos e possui um plano de governo atual, dinâmico e voltado para a inovação e modernização administrativa, principalmente através da utilização de ferramentas tecnológicas como as TICs, Inteligência artificial e Redes sociais.

O trabalho compreende cinco segmentos. O capítulo I traz teorias que nos ajudam a compreender a evolução e relevância do tema estudado onde são abordados os conceitos e características das Tecnologias da Informação e conhecimento; A nova Gestão Pública; Modelos de Governança na Administração Pública; Governo eletrônico e a Lei de Acesso à Informação (LAIR). O capítulo II estuda as Redes Sociais na Administração Pública, conceituando-as, demonstrando como se dá a sua utilização e o seu papel na Adm. Publica. Já o capítulo III estuda as Redes Sociais na Prefeitura Municipal de Salvador/BA, mostrando o seu panorama atual, exemplificando a utilização através do último gestor da cidade, como se dá essa utilização pelos cidadãos e sua interação; os benefícios de ambas as partes com a sua utilização e quais políticas são aplicadas para melhorias das fragilidades e exclusões. Chegando ao capítulo IV iremos trabalhar com a abordagem metodológica, os métodos de abordagem; Técnicas, procedimentos e instrumentos de recolha de dados (questionários) e apresentar e analisar os dados obtidos. No capítulo V são evidenciadas as discussões e resultados. No capítulo VI são apresentadas contribuições para a prática de um modelo ideal de utilização das Redes Sociais; Limitações da investigação; Sugestões de investigação futura. Por fim temos a conclusão onde são aprofundadas as respostas as perguntas da pesquisa e o que se apreendeu com esse estudo.

Espera-se que esta pesquisa, além de contribuir com os estudos de comunicação, transparência e governança pública, se faça relevante por propiciar maior compreensão acerca das relações entre o Estado e os cidadãos. Além disso estudar as conexões entre as redes sociais digitais e os valores democráticos é fundamental, uma vez que essas plataformas podem ser utilizadas a fim de ampliar o conhecimento dos cidadãos acerca das instituições públicas, ampliar a participação política e conseqüentemente propiciar a aproximação com essas instituições a fim de que se possa resultar em uma maior assertividade na gestão pública e nas políticas públicas.

1 Enquadramento Teórico e Conceitos Importantes

1.1 Tecnologia da Informação e Conhecimento (TICs)

Nos últimos anos o mundo vem adquirindo uma nova configuração, fundamentada nas tecnologias da informação e da comunicação, no entanto esse processo, que se iniciou no final da década de 60 e início da década de 70 não foi por si só responsável pela nova forma de organização social. A sociedade pós-industrial vem sofrendo modificações de forma acelerada, na medida em que todas as economias mundiais estão interdependentes umas das outras. Com o crescimento do uso das Tecnologias da Informação e de Comunicação em quase todos os setores da atividade humana, aliado à sua integração às facilidades das telecomunicações, tornou-se evidente a possibilidade de ampliar cada vez mais o acesso à informação e o desenvolvimento de novos mecanismos que proporcionem de forma rápida sua distribuição em qualquer campo. Portanto, as atividades rotineiras e tradicionais como a leitura, a escrita, o correio, o comércio, a publicidade ou o ensino, passam agora a ser realizadas em ambientes virtuais e serem integradas por esses novos dispositivos tecnológicos de informática, que estão cada vez mais avançados (Castells, 2005).

Por intermédio da tecnologia, redes de capital, de trabalho, de informação e de mercados conectaram funções, pessoas e locais ao redor do mundo, ao mesmo tempo em que desconectaram as populações e territórios desprovidos de valor e interesse para a dinâmica do capitalismo global. O próprio capitalismo passa por um processo de profunda restauração, caracterizado por maior flexibilidade de gerenciamento; descentralização das empresas e sua organização em redes tanto internamente quanto em suas relações com outras empresas. (Castells, 2007, p. 21).

As TICs são ferramentas indispensáveis no processo de fortalecimento e integração das organizações na nova cadeia global. Segundo Castells (2007), esse processo foi de extrema importância, pois sua utilização conferiu uma dinâmica e formação de redes nos diversos setores da atividade humana. Esta nova lógica preponderante de redes, sobre a qual a nova sociedade se molda, transformou todas as esferas de vida social e econômica.

Recuero (2000), afirma que a Internet foi o advento mais revolucionário da história humana, e explica que isso se deve às suas peculiaridades e também porque permitiu uma reconfiguração do nosso modo de pensar e da nossa ideia de comunicação, restando o questionamento de o quanto ainda essa revolução poderá atingir e impactar o nosso futuro.

Castells (2005) completa que com o advento das TICs e a sociedade em rede, novas formas de organização social e de estrutura social foram observadas e foi evidenciado que a informação e conhecimento já estão enraizados na cultura das sociedades modernas; as emergentes tecnologias da informação agregam processos de produção, distribuição e direção permitindo diferentes tipos de atividades interligadas de acordo com o modo administrativo que se ajusta melhor à estratégia da empresa ou à história da instituição. Além disso são articulações entre as atividades; redes que configuram as organizações; e fluxos de fatores de produção e de mercadorias; flexibilidade e adaptabilidade são necessidades fundamentais para a direção de organizações, pois complexidade e incerteza são características essenciais desse novo ambiente organizacional.

Os centros de poder na sociedade e entre as sociedades são alterados pelo caráter estratégico das tecnologias da informação na produtividade da economia e na eficácia das instituições sociais, pois as novas tecnologias de comunicação têm um impacto direto nos meios de comunicação, sobre a formação de imagens, representações e opinião pública. A capacidade de promover as mudanças tecnológicas estão relacionadas diretamente com a habilidade de uma sociedade em difundir e intercambiar informações e relacioná-las com o restante do mundo (Castells, 2005).

No Portal do Governo Eletrônico (Portal E-Gov), os propósitos brasileiros em utilizar as TICs, tem como princípio democratizar o acesso à informação, ampliar discussões e dinamizar a prestação de serviços públicos com foco na eficiência e efetividade das funções governamentais através da utilização das tecnologias de informação e comunicação (Brasil, 2012).

[...] a tecnologia (é) como um catalisador ou provocador de mudanças: os usuários dos serviços governamentais desenvolvem hábitos e têm expectativas sobre como os serviços podem e devem ser prestados; a utilização da tecnologia em outros setores, tais como em terminais de autoatendimento, a expansão do uso doméstico dos PCs (e do seu acesso à Internet); e o crescimento do comércio eletrônico e do conseqüente surgimento de tecnologias de segurança na informação, tudo isso cria uma infraestrutura sobre a qual o governo pode e deve atuar, para melhor desempenhar suas funções. É possível, também, imaginar que o governo crie demandas, forçando a utilização da tecnologia em setores que não a utilizam intensivamente. (Santos & Cardoso 2004, p. 5).

A evolução da informática, dos meios de comunicação em especial da Internet definiu novos modelos para o relacionamento Estado/sociedade, configurando novas estruturas de governança. Essas novas tecnologias, portanto, têm potencial para construir

uma nova relação entre governantes e cidadãos, pressupondo-se que possibilitem uma administração pública mais eficiente, democrática e transparente (Mello, 2006).

O investimento em um governo eletrônico se justifica pela aparição de um novo espaço público, criado a partir da utilização em massa das TICs sem a necessidade da presença física dos personagens, onde todos os indivíduos estão ligados por meio dos seus relacionamentos. Dito isso, o estado aparece então como uma entidade imaterial que deve preencher esses novos espaços, as novas conexões entre pessoas não englobam mais apenas o espaço comum da comunidade, da vizinhança e dos espaços públicos, pois a cidadania também conecta as pessoas. Assim como as relações de trabalho, afetivas e familiares mudaram com o advento da internet, a relação entre cidadãos e governo também está constantemente sendo alterada (Castells, 2007).

Existe uma expansão do ciberespaço que com o aumento do uso das redes pode trazer muitos benefícios indiretos para as cidades, à medida que se elimina a necessidade de deslocamentos e conseqüentemente, de custos relacionados a essas estruturas perenes também para o estado que podem ter centros de atendimentos públicos menores e em menor número, realocando seus esforços para o atendimento, gestão e controle do ciberespaço (Lévy, 2012).

O uso das TICs, em especial da internet, é uma tendência que está cada vez mais presente nas organizações e também na Administração Pública, então o grande desafio dos governos atualmente é atender cada vez mais um número maior de cidadãos, com maior agilidade e eficiência. Com a maior cobrança dos utentes por informações, processos e respostas mais rápidas, surge então o governo eletrônico e os seus processos digitais, onde o Estado busca oferecer cada vez mais esses serviços com maior rapidez e em maior volume, através de plataformas e serviços *user friendly*, fazendo com que cada vez mais os cidadãos tenham segurança e afinidade a essas ferramentas e possam aderir em maior número aos serviços oferecidos através desse modelo administrativo (Ferraz, 2020).

Portanto, com a utilização das TICs as organizações vão na contramão das típicas organizações burocráticas hierárquicas, permitindo que tanto as organizações quanto o Estado se descentralizem, informatizem e aprimorem seus processos através da comunicação virtual e se veja obrigado a fragmentar a sua estrutura hierárquica para atender às diversas identidades virtuais dos cidadãos e as suas novas demandas por informações (Nyer, 2013).

1.2 Nova Gestão Pública (NGP)

No final da década de 70 e início da década 80 os estados começaram a dar sinal de que o modelo aplicado à altura na Administração Pública estava desgastado e dando sinais

de enfraquecimento. Os cidadãos estavam mais conscientes do seu papel na sociedade e cada vez exigiam mais serviços e de melhor qualidade do estado. Então surge o conceito do *New Public Management* aparecido em meados da década de oitenta, não trouxe o surgimento de ideias novas, mas apenas que se procurou substituir a gestão pública tradicional e burocrática por processos e técnicas de gestão empresarial mais eficientes.

A “Nova Gestão Pública” (NGP) é um conceito que pretende representar os processos de privatização e “empresarialização” da administração pública que vêm ocorrendo nos últimos 30 anos, sobretudo nos países que têm enfrentado os limites do desenvolvimento do *Welfare State*. Embora possa ser aplicado a realidades diversas, em geral tem como aspectos comuns o estabelecimento de objectivos organizacionais e de procedimentos de gestão “típicos” das empresas privadas. (Marques, 2011, p. 1).

Como ideologia, o NPM recuperou ideais do liberalismo clássico, sobretudo a redução do escopo e do tamanho do Estado e a inserção do espírito e dos mecanismos de mercado no governo. Nesse sentido, a Administração Pública deveria apenas direcionar os serviços, e não executá-los diretamente. Havia uma preferência por terceirizar e contratar fora. Por meio de vários provedores privados, poder-se-iam usar os benefícios da competição entre eles, evitando monopólios e permitindo maior flexibilidade na gestão. (Motta, 2013, p. 84).

Além disso, Kettl e Milward (1996) argumentam que uma das contribuições mais significativas do NGP para a administração pública como uma disciplina em transição é o foco sobre o desempenho das organizações governamentais. Já segundo Lynn (1996) os principais pilares do NGP foram: Reforçar o conceito de Cidadania, Estimular os valores da coisa Pública nos servidores, foco na satisfação do cidadão, Incrementar qualidade e quantidade nos serviços, aproximação do privado e ênfase no controle social. Torna-se essencial ainda desencadear políticas de motivação dos funcionários, não somente através da aposta na sua formação, mas também através de metodologias de descentralização e desconcentração de poder e decisão, fazendo com que os mesmos possam ter autonomia e flexibilidade na tomada de decisão e a consciência da importância do seu papel e do seu trabalho perante a sociedade.

Para Carvalho (2009), “a eficácia só pode ser obtida por meio do abandono da centralização e da concentração de poderes, ou seja, permitindo que as pessoas que estão diretamente em contato com os problemas tenham cada vez mais iniciativa e capacidade de decisão” (p. 1155).

De acordo com Rezende (2014), todas as atividades organizacionais terão que se ajustar e adaptar a nova dinâmica social e econômica, sendo esse fator *sinequanon* para que novas oportunidades de negócio sejam criadas. O atendimento com excelência aos clientes (no caso da adm. pública, os cidadãos) deve ser considerado como ponto chave assim como a utilização de tecnologia para otimização de processos. Dessa forma, para entendê-los deve-se propor pesquisas, contatos diretos e entendimento de seus desejos e até mesmo quando necessário disponibilizar serviços personalizados. Nesta nova conjuntura, a tecnologia da informação torna-se cada vez mais estratégica para a organização e passa a ter características de apoio aos diversos processos organizacionais, em cada fase do ciclo de gestão (planejamento, organização, direção e controle) (Silva, 2011).

1.3 Governança na Administração Pública e Estado Digital

O termo Governança deriva de governo e pode ter várias definições e interpretações a depender do contexto em que é utilizado. Para esse trabalho vamos utilizar o conceito voltado para a Administração Pública que o Banco Mundial (citado por Gonçalves, 2005) define da seguinte forma: “Governança é a maneira pela qual o poder é exercido na administração dos recursos sociais e econômicos de um país visando o desenvolvimento, e a capacidade dos governos e planejar, formular e programar políticas e cumprir funções” (p. 1).

A governança não é necessariamente uma “entidade física”, nem é o ato de governar cidadãos. De modo mais realista, é entendida como um processo pelo qual instituições, organizações e cidadãos “guiam” a si próprios. A governança trata, também, da interação entre o setor público e a sociedade, e de como esta se organiza para a tomada de decisões coletiva, a fim de que sejam providos mecanismos transparentes para que tais decisões se materializem. (Nações Unidas, 2002, pp. 53-54, citado por Guimarães & Medeiros, 2005, p. 4).

Avançando para o conceito de Governança eletrônica temos a definição de que “Governança Eletrônica” é uma expressão cujo significado remete à implementação, utilização e disseminação das TICs no âmbito do poder público, com vistas à melhoria da gestão pública, do monitoramento e da avaliação das políticas públicas e à ampliação do acesso do cidadão a todas as informações sobre os serviços públicos (Mello, 2006).

Torna-se então importante não confundir os conceitos de Governo eletrônico com Governança eletrônica pois eles muitas vezes podem parecer sinónimos, mas trazem contribuições diferentes ao estudo da Administração Pública e ao uso das TICS. O primeiro é uma ideia mais abrangente que engloba vários *stakeholders* como governo, cidadãos e o mercado, já o segundo fundamenta-se em uma visão ampla de governabilidade, sinalizando como opera, trabalha e se organiza a sociedade à qual o governo deve assegurar o acesso e a participação em diversas redes de informação, tendo potencial de diminuir custos, do desenvolvimento econômico, redução da redundância, maior transparência, *accountability* e aprimoramento de serviços para os cidadãos como melhores condições de acesso à informação e aos serviços governamentais, ampliando a qualidade destes serviços e garantindo maiores oportunidades de participação social no processo democrático (Jardim, 2004).

O governo eletrônico e a democracia eletrônica são representados por cinco subgrupos de práticas: conteúdo, serviços, participação cidadã, privacidade e segurança e usabilidade. Já a governança eletrônica engloba o governo eletrônico, que está relacionado com a prestação de serviços públicos, e a democracia eletrônica, que trata da participação cidadã (Holzer & Kim, 2005).

Por outro lado a “sociedade digital”, refere-se ao conjunto de usuários ligados e dependentes das tecnologias da comunicação e informação. Com a utilização das ferramentas que permitem a distribuição de conteúdo gratuitamente, como é o caso das redes sociais, os utilizadores desta sociedade partilham com outros usuários, ideias, opiniões e informações para os consumidores presentes neste contexto, fazendo com que os dispositivos digitais sejam parte integrante e indissociável da rotina diária, as quais sempre recorrem para realizar tarefas, resolver problemas, comunicar ou consumir (Lipovetsky & Serroy, 2010).

Nos países de primeiro mundo a “sociedade digital” já é uma realidade, muito embora ainda emergindo nos países menos desenvolvidos. A crescente difusão leva a considerar que no futuro a “sociedade digital” será única e universal, uma mescla de todas as sociedades exteriores pois ela é um espaço sem fronteiras onde se partilha uma “linguagem digital” comum que permite a utilizadores de diferentes nacionalidades e contextos comunicar com sentido, através da natureza mutável do seu principal veículo de propagação, a Internet (Lipovetsky e Serroy, 2010).

Galindo (2017) acrescenta que para o estado se tornar digital deve haver um conjunto de políticas públicas voltadas a ciência, tecnologia e inovação assim como priorizar investimentos em infraestruturas digitais como banda larga em fibra óptica e data center. Ele fala ainda que os governos não devem pegar a Burocracia e digitalizá-la, mas sim olhar para

as formas e processos no serviço público e redesenhá-las, tornando-as mais simples, intuitivos, ágeis e mais conectáveis e conectantes.

1.4 Governo Eletrônico

O Governo Eletrônico (e-gov) como marco mundial teve origem logo após o lançamento do primeiro browser que possibilitou a navegação pela internet, em 1993 embora formalmente, a ideia de governo eletrônico só tenha sido lançada quando o então vice-presidente dos Estados Unidos, Al Gore, iniciou o primeiro Fórum Mundial de Reinvenção de Governo. Desde então, governos de todo o mundo têm investido em novas ferramentas de comunicação a partir das novas tecnologias eletrônicas. As ações dos programas de E-gov priorizam o uso das TICs para democratizar o acesso à informação, visando ampliar o debate e a participação popular na construção das políticas públicas, como também aprimorar a qualidade dos serviços e informações públicas prestadas (Chahin, 2004).

O Governo eletrônico, consiste na utilização das tecnologias da informação e do conhecimento nos processos governamentais e na entrega de produtos e serviços do Estado tanto aos cidadãos como à indústria, além do uso de ferramentas eletrônicas e tecnologias da informação para aproximar governo e cidadãos superando obstáculos da comunicação entre as duas esferas. O governo eletrônico objetiva também diminuir as distâncias entre os poderes Executivo ou Legislativo e os governados o que permite criar uma esfera de diálogo entre as partes sem haver a necessidade de deslocamento de alguma delas. Muitas são as ferramentas que podem ser utilizadas nesse processo de aproximação, tais como o uso de portais de internet como fóruns, *redes sociais*, websites, exposição de bancos de dados, aplicativos para telefonia móvel e telefones de serviço. Muitas das tecnologias envolvidas e suas implementações são as mesmas ou similares àquelas correspondentes ao setor privado e visam construir uma arquitetura interoperável a fim de munir os cidadãos com acesso a informações e serviços. Essas ferramentas também podem ser usadas entre governos e organizações privadas, públicas ou de terceiro setor (Snellen, 2007).

O e-gov que é rotulado como uma inovação na área administrativa, representa, essencialmente, o acesso via Internet a informações e serviços oferecidos pelos governos. Essa prestação eletrônica de serviços envolve outros aspectos, como a governança eletrônica que como já foi dito anteriormente pode ser entendida como a “união dos cidadãos, pessoas chave e representantes legais para participarem das comunidades, junto ao governo, por meios eletrônicos” (Ferguson, 2002, p. 104), como acontece com as redes sociais, tema que vamos estudar mais a fundo no decorrer deste trabalho.

O governo eletrônico tem como premissa regenerar o espaço público, otimizar os serviços prestados à população e estimular a interação e discussão dos problemas locais objetivando fortalecer as relações dos governos e torná-los mais efetivos, aumentando a transparência, a responsividade. Contudo, deve-se ficar atento à diferença entre as teorias relacionadas ao Governo Eletrônico e as teorias que se debruçam sobre o que é chamado de “Democracia Digital”. Enquanto o e-gov abarca as aplicações das tecnologias de comunicação digital, sobre as práticas burocráticas do governo e do Estado (cobrança de impostos, prestação de serviços, dentre outras atividades), as experiências de Democracia Digital se empenham em aprimorar a participação e a transparência políticas (Lemos, 2004).

Governo Eletrônico, ao contrário do que o nome pode a princípio sugerir, significa muito mais do que a intensificação do uso da tecnologia da informação pelo Poder Público. Em verdade, ele deve ser encarado como a transição entre uma forma de governar fortemente segmentada, hierarquizada e burocrática, que ainda caracteriza o dia a dia da imensa maioria das organizações públicas e privadas, para um Estado mais horizontal, colaborativo, flexível e inovador, seguindo um figurino mais coerente com a chegada da sociedade do conhecimento, fenômeno que começou a ganhar contornos mais visíveis no último quarto do século passado. (Agune & Carlos, 2005, p. 1).

Ribeiro (2011), faz sua contribuição quando diz que de modo geral, a noção de governo eletrônico está ligada à prestação de serviços públicos por meio eletrônico, onde as atividades partem da automatização de processos pré-existentes no papel e em escritórios, ou seja, utilizando-se recursos de tecnologia da informação, em caráter remoto e disponível a qualquer momento, o que faz surgir assim novas maneiras de debater e decidir estratégias, fazer transações, escutar as demandas das comunidades e de organizar e divulgar informações de interesse público.

1.5 Lei de Acesso à Informação (LAIR)

A Lei Federal nº 12.527/2011, conhecida como LAIR, roga que as informações inerentes à atividade do Estado são públicas, excetuando aquelas expressas na legislação. Ela regulamenta o direito à informação garantido pela Constituição Federal, no inciso XXXIII, do Capítulo I – dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos:

[...] todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas

no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado. (Brasil, 2011).

Em outras Palavras é incumbido aos órgãos e às entidades do poder público garantir a gestão transparente da informação. Para isso torna obrigatória a divulgação de dados de interesse popular em seus sites oficiais na internet, ficando isentos dessa obrigatoriedade somente os municípios com população de até 10.000 (dez mil) habitantes. Assim, a divulgação de dados e informação é normatizada e ganha procedimentos para facilitar e agilizar o acesso, além de fomentar o desenvolvimento de uma cultura de transparência e controle social na administração pública (Brasil, 2011).

A Lei de Acesso à Informação se aplica às três esferas de poder, ou seja, ao Executivo, ao Legislativo (incluindo Tribunais de Contas) e ao Judiciário (incluindo Ministério Público), bem como às autarquias, fundações públicas, empresas públicas e sociedades com economia mista, desde que controladas direta ou indiretamente pelos governos da Federação, do estado ou do município. Existem duas linhas para o acesso à informação através da LAIR, a primeira é a disponibilização de informações públicas em atendimento a pedidos específicos de um interessado e a segunda se dá através da divulgação de informações de interesse coletivo ou geral pelo setor público, independentemente de solicitação ou requerimento (Santos, 2021).

É relevante frisar que para realizar uma solicitação com base nessa lei, existem regras, especialmente no tocante aos prazos e às exceções e que essas solicitações podem ser feitas por qualquer cidadão, desde que identificado. Em relação aos prazos, se o órgão solicitado não dispuser dos dados ou informações imediatamente ele terá até 20 dias para agendar uma nova data de retorno da consulta ou indicar os motivos para a recusa da liberação de uma informação e após o recebimento de uma negativa de acesso, o solicitante tem até 10 dias para interpor o recurso (Brasil, 2011).

Informações sigilosas ou informações pessoais são as exceções, ou seja, esses são os tipos de dados e/ou informações que não podem ser solicitados através da Lei de Acesso à Informação. A lei define informações sigilosas como aquelas restritas ao acesso público temporariamente por ser imprescindível à segurança da sociedade. Já as informações pessoais são aquelas relacionadas à pessoa natural identificada ou identificável (Santos, 2021).

Portanto com o advento da LAIR, a administração pública se viu obrigada a investir em canais para que os cidadãos pudessem ter acesso às informações governamentais, o que fez com que aumentasse a transparência nos governos, o maior interesse e fiscalização por parte da população nas ações da adm. pública e o uso de tecnologias para facilitar o

acesso e disseminação dessas informações, como é o caso das redes sociais e sites oficiais dos órgãos governamentais. Essa Lei foi um grande avanço no que diz respeito a transparência pública e também foi importante como ferramenta de combate a corrupção e engajamento popular na fiscalização das contas e procedimentos públicos (Lima & Portela, 2019).

2 As Redes Sociais na Administração Pública

2.1 Conceitos de Redes Sociais

Musso (2006) define rede social como “uma das formas de representação dos relacionamentos afetivos, interações profissionais dos seres humanos entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos” (p. 34). Diante dessas considerações tem-se para esse trabalho rede social como uma representação de relacionamentos afetivos e/ou profissionais entre indivíduos que se agrupam a partir de interesses mútuos e tecem redes informacionais por meio das trocas discursivas realizadas no ambiente virtual.

Conforme já apresentado, as redes sociais são ambientes digitais organizados por meio de uma interface virtual que torna possível a conexão de um perfil a outros de amigos virtuais pertencentes a um cenário comum compartilhando entre si pensamentos e diversas formas de expressão acerca de determinado assunto. A integração entre esses personagens, perfis ou logins se constitui pela vinculação de avatares em redes sociais específicas que se associam espontaneamente em torno de afinidades, desejos, curiosidades comuns. As redes sociais permitem aos seus usuários executar diversas ações como receber, enviar, criar e responder mensagens instantaneamente além de disponibilizar botões para seguir, curtir e compartilhar ou para recomendar ou comentar os posts. Todos esses mecanismos são designados à interação daqueles que utilizam essas redes para se relacionarem com outros membros a partir de um interesse comum (Yu et al., 2013).

Segundo Recuero (2009), as redes sociais ganharam seu lugar de uma maneira acelerada nas trocas colaborativas na vida de adultos e jovens, pois elas proporcionam um aumento expressivo das interações e da conectividade entre grupos sociais por serem um meio favorável para a divulgação de conteúdo e de propagação de ideias. O diferencial das redes sociais está na facilidade que possuem para construir as mensagens, pela facilidade na veiculação, no acesso rápido e em pontos distanciados que proporcionam as trocas de saberes disponibilizados pelos pontos na rede social e no gerenciamento de perfis para aceitar e propagar esses saberes.

O rápido avanço e a evolução constante das comunidades virtuais que se sabe hoje foram proporcionados pela adesão em massa de diversas camadas da população, especialmente, por adolescentes e jovens adultos pertencentes a diferentes classes sociais (Castells, 2011).

Destarte, as redes sociais podem ser fontes de informação capazes de refletir a opinião dos cidadãos sobre diversos temas de interesse público, inclusive política e administração pública. Por consequência, nos últimos anos, tem aumentado

significativamente o número de pesquisas acadêmicas e corporativas que exploram as informações contidas nessas redes (Sobkowicz et al., 2012).

2.2 A Utilização das Redes Sociais

Segundo publicação da revista Forbes em 2016, o Brasil é o país que mais utiliza as redes sociais na América Latina somando 93,2 milhões de usuários e em 2017 de acordo com o estudo digital Global Overview já existem 122 milhões de usuários ativos nas redes. As mídias digitais e as redes sociais estão intensamente presentes no cotidiano da sociedade. Em face disso tanto instituições públicas como privadas “startaram” à utilização dessas mídias como ferramentas estratégicas no desenvolvimento de suas atividades.

Sobre o uso das redes sociais como ferramenta da comunicação digital, em 2013, o estudo Mapa da Comunicação Brasileira do Instituto FSB Pesquisa já apontava as mídias sociais como a segunda atividade mais citada na área de comunicação do setor público. Apurou-se ainda que com o surgimento de novos líderes voltados para uma gestão mais moderna, 94% dos gestores do setor público acreditavam ser preciso traçar novas estratégias de comunicação para se adequar a essa nova realidade e 56% desses gerentes informaram que precisaram alterar o desenho e a configuração da equipe de comunicação. Ainda de acordo com o estudo notou-se que o setor público tem características típicas que sua comunicação deve atender especialmente pelas peculiaridades da cultura organizacional: “A valorização da conduta ética, a preocupação com a reputação e a consciência dos deveres de servir ao cidadão são valores que norteiam os gestores de órgãos públicos e explicam as diferenças mais evidentes reveladas na pesquisa” (Santiago et al., 2013, p. 70).

Contudo dados da pesquisa TIC – Governo Eletrônico 2015, lançado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, por sua vez, apontam que há disparidades por região do País no que tange a presença na Internet sendo que o índice de prefeituras que têm *website* é praticamente universalizado nas regiões Sul (99%), Centro-Oeste (98%) e Sudeste (92%), enquanto a proporção é menor nas regiões Norte (78%) e Nordeste (76%).

Quanto ao indicativo de presença das prefeituras nas redes sociais, os resultados são menos destoantes mostrando a existência de perfil ou conta em redes sociais por 67% das prefeituras do Norte, 66% dos municípios do Nordeste, Sul e Centro-Oeste, e 64% do Sudeste. Já quando se compara as esferas governamentais, o Executivo (91%) obteve o menor percentual de presença por *website*. A pesquisa mostra ainda que 92% dos órgãos públicos federais e 74% dos estaduais possuem perfil ou conta própria em redes sociais. No Judiciário, 99% dos órgãos possuem *website* e 94% perfil em alguma rede social.

Outros dados da pesquisa apontam sobre a atualização dos perfis, indicando que 84% das prefeituras realizam publicações diárias ou pelo menos uma vez por semana. Entre as principais atividades nota-se a publicação de notícias sobre a prefeitura (95%), a divulgação de serviços ou campanhas (90%), e a resposta a dúvidas e comentários dos cidadãos (77%). Em se tratando dos órgãos públicos federais e estaduais, 86% atualizam suas redes todos os dias ou ao menos uma vez por semana e tem como principais atividades postar notícias sobre os órgãos públicos (93%), divulgar serviços ou campanhas (90%), e responder a dúvidas e comentários dos cidadãos (82%) o que ratifica o que foi mostrado no decorrer da pesquisa que os órgãos públicos federais têm uma melhor atuação nas redes sociais.

Sendo assim, as redes sociais são mais do que uma instrumento de entretenimento para uso pessoal e têm complementado o processo de comunicação e informação na atualidade. Além disso, a simplicidade e rapidez em utilizá-las tem proporcionado que as pessoas passassem a visualizar os perfis de prefeituras, órgãos e setores públicos como LinkedIn, Instagram, Facebook ou Twitter com frequência. As redes vêm ganhando espaço em virtude de sua praticidade e por baratear os custos dos processos de *brainstorm* e de gestão participativa por exemplo culminando em um retorno mais rápido, além de ajudar a montar uma base de dados para estudos e projetos futuros. Não obstante, o uso das redes sociais é uma realidade cada vez mais comum e presente no setor público e ao que tudo indica com os recentes acontecimentos, essa prática não vai deixar de existir e deve até se acentuar nos próximos anos (Santana & Souza, 2007).

O número de pessoas que usam as redes sociais aumentou, gerentes de RH, gestores, órgãos governamentais, políticos, empregadores e potenciais servidores, cidadãos comuns, pesquisadores, todos estão dentro delas. Elas são uma das formas mais rápidas e fáceis de alcançar o público desejado. Por isso a maioria das organizações já estão presentes nelas objetivando promover seus produtos e serviços, tendência essa que vem se revelando também no setor público. Acrescentar conteúdo novo que possa atrair o interesse das pessoas é algo que pode ser facilmente incorporado nas estratégias organizacionais por meio de estudos online, com o monitoramento dos perfis de um determinado grupo através de publicações, comentários, entre outras divulgações públicas. Explorar o comportamento das pessoas e o seu interesse em relação a certos temas nas redes sociais é mais um ganho de tempo na hora de se avaliar e propor políticas públicas (Solides, 2020).

Solides (2020) completa ainda que o alto volume de interações durante a pandemia pode dificultar o trabalho do gestor de redes sociais, por exemplo, pode ser que haja a perda de boas ideias, sugestões e informações por coincidência de horários, problemas com internet, grande volume de mensagens entre outras questões comuns nesse ambiente. Do lado dos governos é necessário avisar que a sua exposição e das suas movimentações

organizacionais é demonstração de transparência não só com os cidadãos, mas também com os colaboradores, parceiros, fornecedores e *stakeholders*.

2.3 O Papel das Redes Sociais na Administração Pública

A maioria das prefeituras, câmaras municipais, estaduais, órgãos públicos e até mesmo políticos como vereadores, prefeitos, deputados e governadores buscam cada vez mais enxergar as oportunidades e os ganhos que podem surgir a partir de uma atuação bem desenvolvida nas redes sociais. Para acompanhar essa dinâmica veloz dos meios digitais precisamos avaliar e perceber de que forma o uso dessas redes tem um grande potencial de alcance e de aproximação com o cidadão, como um novo canal de comunicação crucial para o desenvolvimento de uma nova etapa de humanização das relações de troca de informação. O objetivo da utilização desses mecanismos deve ser então conhecer, avaliar, planejar e mensurar os melhores resultados que podem ser obtidos com as plataformas de mídias sociais disponíveis, disponibilizando uma comunicação de alto impacto com baixo custo (Haas, 2019).

A comunicação digital não se restringe à existência de um site na internet ou ao uso do correio eletrônico, ela engloba o planejamento de estratégias mais abrangentes para a sua utilização a fim de estabelecer os canais de comunicação e as respectivas ferramentas para que a empresa se comunique da melhor maneira com seus diferentes públicos, tanto com o intuito de iniciar o relacionamento com seus *stakeholders*, quanto de fortalecer os laços e o diálogo e troca de informações com eles (Ribeiro, 2014).

Como as instituições públicas hoje fazem o benchmarking nas empresas privadas, premissa do NPM, então cada vez mais precisam estar inseridas nessas redes, com o intuito de criar um canal de comunicação e interação mais eficaz, de fácil acesso e em maior volume. Maia (2002) complementa essa afirmação quando diz que:

Com a internet, na esfera da comunicação pública, é possível proporcionar um meio de interação através do qual o público e os políticos possam trocar informações, consultar e debater, de maneira direta, contextualizada, rápida e sem obstáculos democráticos. (p. 47).

A utilização das Redes sociais é mais uma maneira inovadora de dilatar os canais de comunicação utilizados pelos órgãos públicos, pois esta representa uma plataforma de interação com a sociedade, tanto para divulgação de informações públicas e controle social dos atos administrativos, quanto para o monitoramento do conteúdo resultante dessa

interação, podendo ser utilizado ainda para saber a opinião e anseios da população (Santos, 2016).

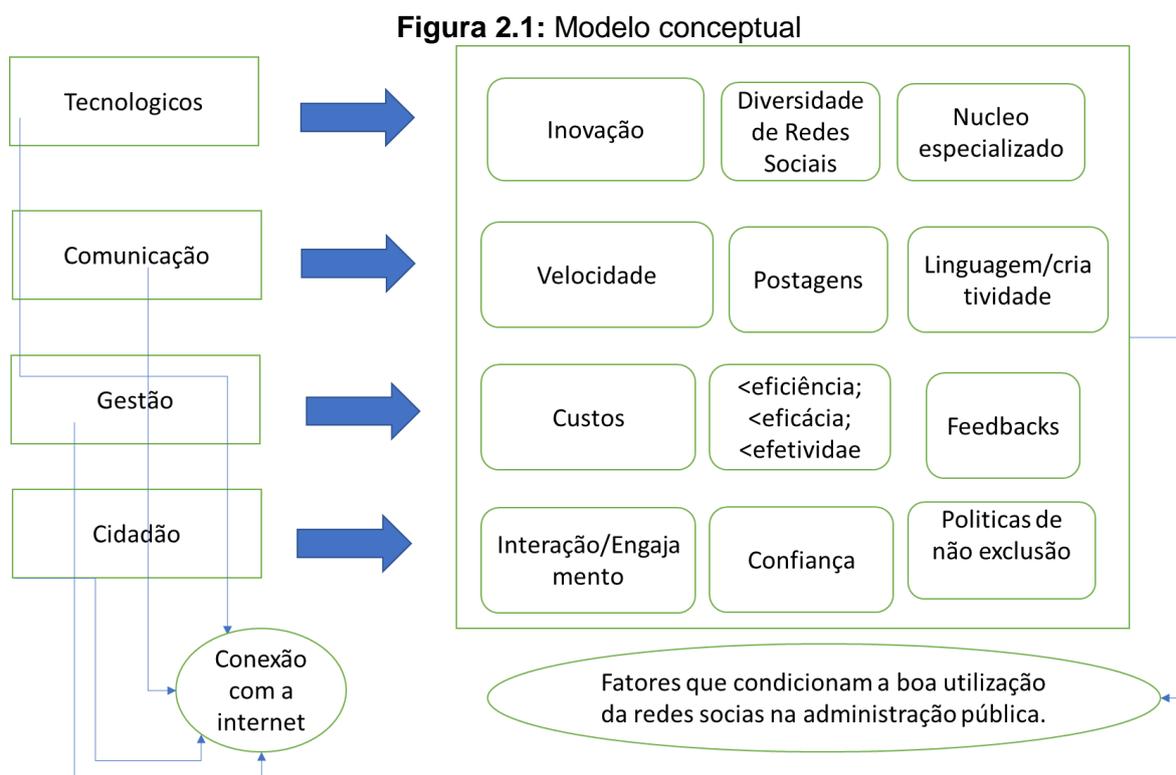
A era digital está diretamente ligada ao uso de redes sociais como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram. Por meio dessas mídias o gestor poderá criar diferentes formas de divulgação do órgão, de eventos e políticas públicas, vagas de emprego e/ou concurso, interação e troca de informações com a população, entre outros, fazendo com que cada vez mais elas se tornem uma ferramenta importante para o setor público no processo de aproximação com os cidadãos. E com o grande número de redes sociais no mundo de hoje a troca de informações se torna uma tarefa cada vez mais possível, rápida e prática, possibilitando a coleta de informações mais detalhadas e assertivas em relação as demandas locais, os anseios da população, além de proporcionar *feedbacks* com mais agilidade. No entanto essa ferramenta também pode apresentar algumas desvantagens quando não utilizada de maneira planejada. Por ser uma rede onde todo o tipo de informação e conteúdo fica disponível a seus participantes, os gestores devem tomar cuidados na hora de se relacionarem com os cidadãos, evitando expor alguns detalhes confidenciais por exemplo, evitar divulgar algum projeto que ainda não foi aprovado ou liberado para execução ou expor muitas críticas a alguma ação promovida pela administração pública (Santos, 2015).

Vazquez (2010), expõe que a melhor maneira dos estados, municípios e órgãos públicos tirarem proveito dessas ferramentas é considerar que essas redes se fazem a partir das pessoas e por elas são difundidas, então temos aí uma vasta fonte de divulgação de interesses, preferências, experiências, contatos, crenças, valores, etc. Além disso, as pessoas expõem publicamente nas redes e criam *network*, o que também demonstra algo do que são, como pensam, como agem, do que gostam e o que querem. Também é perceptível a todos que o mundo tecnológico nos aproxima, cada vez mais uns dos outros, então os profissionais que atuam nas organizações públicas, que atuam com e para as pessoas, são impelidos a buscar formas de estreitar essa relação em todas as esferas de nossa atividade profissional fazendo com que as estratégias de comunicação digital devam se direcionar para o planejamento, elaboração de objetivos e metas, compreensão dos públicos, monitoramento e avaliação de ações, e que possibilitem perceber se os objetivos gerais determinados pela organização estão sendo alcançados.

Segundo o estudo de Santos e Harmata (2013), a experiência pioneira em um órgão do poder judiciário mostrou como “o equilíbrio entre uso do humor e uma linguagem adequada ao meio com informações e serviço público podem provocar aproximação entre um órgão público e sua população” (p. 15). Através desse modelo foram percebidas melhoras significativas nos canais de atendimento e maior velocidade no esclarecimento de dúvidas dos cidadãos. Outro fator positivo do uso das redes se deu pela abertura da

participação popular para contribuições para Lei Orçamentária Anual, o que demonstra a importância das trocas entre administração e população nessas mídias para discutir os rumos do município. Segundo dados do órgão, foram 4.218 contribuições que chegaram por meio virtual, em contrapartida, apenas 1.267 vieram por outros meios, como urnas e central telefônica.

O modelo conceptual abaixo (Figura 2.1) mostra as variáveis que são trabalhadas para que os organismos públicos possam ter uma boa utilização das redes sociais e os fatores que condicionam a utilização dessa ferramenta com maior eficiência e eficácia.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Para que a Administração pública possa trabalhar as redes maximizando seus resultados ela deve atentar para as variáveis mostradas na Figura 2.1, pois elas se relacionam entre si, e até dependem uma das outras. Então é imprescindível que todas essas variáveis estejam bem geridas, o que acarretará em uma maior probabilidade de se alcançar os resultados propostos por esse meio. Na observação de todas essas variáveis, vamos conseguir enxergar e entender como esse processo se dá atualmente, identificando o que está bom, o que precisa ser aperfeiçoado e como fazê-lo, a fim de que possamos vislumbrar um modelo que chegue perto do que população e gestores julguem como ideal.

No que diz respeito a variável “tecnologia” as organizações devem sempre buscar que os melhores, mais inovadores e mais eficazes recursos tecnológicos sejam adotados,

tais como internet de alta velocidade, softwares sofisticados e atualizados, equipamentos de ponta e pessoal qualificado para operacionalizar todos esses recursos.

No tocante a comunicação, a administração deve ter uma programação diária de postagens e escolher a melhor linguagem e formato para que sua mensagem seja clara e perceptível para o seu “público alvo” visando sempre alcançar o maior contingente de cidadãos possível, o que nos faz entrar na variável gestão, pois é aqui que deve ser trabalhado um dos pontos-chaves para o sucesso da utilização dessa ferramenta que é a interação com os cidadãos, fazendo com que os órgãos ou secretarias que ofertaram alguma informação/serviço tenha pessoal qualificado e em número suficiente para atender as solicitações dos cidadãos e responde-los em tempo hábil, assim como tratar de forma adequada suas demandas e sugestões para que possam trazer soluções efetivas para a cidade/estado, atentando sempre para a melhor relação custo x benefício.

Por fim, a peça-chave do processo que são os próprios cidadãos, são eles que vão fazer toda essa engrenagem funcionar, mas para isso precisam confiar no sistema, terem suas demandas respondidas e/ou atendidas, além de políticas não excludentes para que todas as parcelas da população tenham acesso a utilização das redes sociais, tais como acesso a internet gratuitos, pontos de ajuda e orientação sobre a utilização desse canal, linguagem e temas voltados para minorias, entre outros mais.

3 As Redes Sociais na Prefeitura Municipal de Salvador/BA

3.1 A Cidade de Salvador

Salvador é uma cidade que pertence ao Estado da Bahia e fica na região Nordeste do Brasil, tendo seus habitantes denominados soteropolitanos. O município se estende por 693,3 km² e no último censo tinha uma população estimada em 2.872.347 habitantes, é o município mais populoso do Nordeste e o terceiro do Brasil. Dentre as cidades latino-americanas é a nona, atrás apenas de São Paulo, Cidade do México, Buenos Aires, Lima, Bogotá, Rio de Janeiro, Santiago e Brasília. A cidade possui uma densidade demográfica de 4 143,1 habitantes por km² e tem como vizinhos os municípios de Lauro de Freitas, Simões Filho, Candeias, Madre de Deus, Salinas da Margarida, Saubara, Itaparica, Vera Cruz e São Francisco do Conde. É núcleo de região metropolitana conhecida como “Grande Salvador”, que tem uma população estimada de 3 957 123 habitantes em 2020 de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o que a torna a segunda área metropolitana mais populosa do Nordeste, sétima do Brasil e uma das 120 maiores do mundo.

Salvador foi fundada pelo primeiro governador-geral do Brasil, Tomé de Sousa, em 1549 por ordem de D. João III que resolveu ali instalar a sede do governo da colônia a fim de promover seu desenvolvimento e coordenar a defesa contra índios e piratas. É uma das cidades mais antigas da América e uma das primeiras cidades planejadas no mundo. A cidade surgiu e começou a se desenvolver a partir da colina da Sé e foi se estendendo para oeste até o vale que corresponde à atual Baixa do Sapateiro. No século XVI Salvador limitava-se à área hoje compreendida entre o Pelourinho e a praça Castro Alves. Nos primórdios de sua história, Salvador foi atacada, conquistada e libertada dos holandeses e se tornou palco de diversos movimentos pró independência nacional (Salvador, 2010).

A expansão agrícola principalmente da lavoura canavieira no recôncavo teve reflexos no desenvolvimento da cidade proporcionando um grande crescimento até meados do século XVIII. Nessa altura construíram-se palácios e solares, conventos e igrejas que ampliaram os limites da cidade em direção ao alto das colinas: para o norte, o convento do Carmo e a capela de Santo Antônio; para o sul, o convento de São Bento; e para oeste, o do Desterro, contudo em 1763 a capital do Brasil foi transferida para o Rio de Janeiro e se iniciou uma fase de declínio no ritmo de crescimento de Salvador. Até o século XIX, a cidade baiana limitava-se a leste pelo dique de Tororó, construído durante a ocupação holandesa, ao sul pelo forte de São Pedro e ao norte pelo forte do Barbalho. No final do século XIX, o ritmo de crescimento foi retomado e se acelerou na segunda metade do século XX,

sobretudo graças à exploração do petróleo com a instalação da refinaria de Mataripe e de outras unidades da Petrobrás e à implantação do Centro Industrial de Aratu. Ampliou-se assim a oferta de empregos, a formação de mão-de-obra e a circulação de riqueza. A partir de então, a cidade consolidou suas funções de metrópole regional e cresceu na direção das praias e colinas (Teles, 2016).

Teles (2016) ressalta ainda que a cidade do Salvador desenvolve-se em dois níveis distintos: a Cidade Baixa, que é núcleo das atividades portuárias e comerciais, sobretudo do setor atacadista e a Cidade Alta que abriga os bairros residenciais que contornam o centro histórico, caracterizando-se pelo comércio varejista, sendo essa a área da cidade que mais se modernizou e onde se localizam os prédios da administração pública, embora também se conservem casarões, sobrados, igrejas e palácios característicos da cidade antiga, muito pelo fato dos incentivos governamentais para essa preservação. Os dois níveis estão ligados pelo elevador Lacerda, que está em funcionamento desde 1873, e pelo plano inclinado de Gonçalves, também servido por elevador e construído numa rampa de montanha aberta pelos jesuítas no século XVII.

Na década de 1960 Salvador aproveitou os vales para realizar uma grande modernização viária com a abertura de amplas avenidas que facilitaram o trânsito entre o centro e os novos bairros e também as localidades de veraneio pois antes da ampliação viária essa ligação se realizava mediante o contorno da orla marítima. O crescimento da cidade, porém, agravou os problemas sociais fazendo com que a população mais pobre ficasse concentrada em bairros que se estendem na direção norte, geralmente sem infraestrutura urbana, outra curiosidade interessante é que em Salvador está a maior favela sobre palafitas no Brasil, os “Alagados” (Salvador, 2011).

Predominam em Salvador as atividades de serviços, turismo e comércio, mas é notório o crescimento da industrialização. O Centro Industrial de Aratu, criado em 1967, incentivou a instalação de unidades fabris que têm crescido em número e diversificação de produtos, as principais indústrias são do setor têxtil, alimentício, de construção civil e de transformação de couro, fumo e cacau. Outro grande centro industrial é o polo petroquímico de Camaçari que industrializa o petróleo do recôncavo e funciona como centro de atração para diversas atividades da área industrial e comercial. Destacam-se ainda a pesca e a agricultura, em especial a de frutas como coco, laranja, banana e manga no quadro econômico. Salvador em 2018, tinha o segundo maior produto interno bruto (PIB) dentre os municípios nordestinos. Ademais, é sede de importantes empresas regionais, nacionais e internacionais, a exemplo da Organização Odebrecht, Braskem, Coelba, Suzano (AGECOM, 2014).

A cidade também é importante núcleo de comunicações, Salvador tem um porto tradicional e movimentado que atende às cidades do recôncavo e à região cacauzeira do sul

da Bahia, uma linha de *ferry-boat* que liga Salvador à ilha de Itaparica além do movimentado aeroporto, a cidade conta com estações ferroviárias e é intenso o movimento rodoviário para o Sul e o Nordeste, também é sede de inúmeras universidades e viu nascer o primeiro centro de estudos médicos criado no país, a Faculdade de Medicina, hoje integrada à Universidade federal da Bahia (UFBA) (Teles, 2016).

Outrossim, Salvador tem uma vocação natural para o turismo e é um dos maiores polos turísticos do país, a cidade se beneficia de características muito específicas, tem clima quente e ensolarado o ano todo; a beleza natural de praias como as de Itapuã, Barra e Ribeira, e de lagoas como a do Abaeté; variadas manifestações da cultura negra, culinária rica e exótica, é destaque também na música, sendo celeiro de vários artistas e bandas de projeção nacional e internacional, sincretismo religioso forte, terreiros de candomblé e exibições de capoeira; as festas como as do Senhor do Bonfim e o carnaval com seus trios elétricos; e um conjunto ímpar de arquitetura histórica (Sedham, 2009).

Tudo isso faz com que a cidade se consolide e seja vista como um grande centro cultural, com museus, igrejas, monumentos de arte e históricos e conjuntos arquitetônicos singulares como o Pelourinho, tombado pela UNESCO-Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, em 1983 e considerado patrimônio histórico da humanidade. Situado na Cidade Alta, é o mais antigo centro histórico da cidade, com construções dos séculos XVII e XVIII. No fim do século XX, foi realizado um projeto de restauração onde foi recuperada a paisagem do Pelourinho que até então era composto de prédios em ruínas ou em franca decadência, devolveu-se a beleza a mais de cem de seus quase mil casarões seculares, fomentando ainda mais o turismo, comércio e serviços naquela região (Sedham, 2009).

Em relação a gestão pública municipal a transparência do governo, mais especificamente a do poder executivo, foi avaliada pela Controladoria-Geral da União (CGU) em 2015 e ficou na 30.^a posição nacional com a nota 6,67 (máximo de 10) e entre as capitais a posição foi a 14.^a. Segundo a Escala Brasil Transparente (EBT) da CGU que foca na Lei de Acesso à Informação, foram parcialmente atendidos os critérios sobre o prazo de envio de informações e a correspondência entre o pedido e o envio, os outros oito critérios foram atendidos. Em outro índice, a prefeitura ficou com 38,08 (máximo de 100) ao lado de outras 14 capitais no nível baixo de transparência da pesquisa Indicadores da Cidade Transparente. Esta foi elaborada por diversas organizações não-governamentais divulgada em setembro de 2015 após avaliação das prefeituras das capitais e do governo do Distrito Federal, que classificou a prefeitura soteropolitana em 14.^o lugar, dos 27 avaliados, e abaixo da média de 41,78 pontos. E pelo Índice de Transparência, em 2014, a posição registrada foi a 13.^a entre as 26 capitais (IBGE, 2017).

3.2 Quadro Geral das Redes Sociais da PMS

A PMS possui um núcleo dentro da secretária de comunicação que é a direção de comunicação digital. Segundo o atual diretor desse núcleo (entrevistado 1), a diretoria de comunicação digital só foi criada no segundo mandato do prefeito ACM Neto, em 2016, antes era integrada com a secretária de comunicação. A secretária de Comunicação tem a frente da pasta a Jornalista Renata Vidal que manteve grande parte da equipe que atuava na gestão anterior com exceção de alguns membros que saíram junto com o antigo prefeito ACM Neto, como é o caso da antiga Diretora de comunicação. A Secretária de comunicação ganhou destaque nacional principalmente pela atuação do seu núcleo de comunicação digital, através da utilização e engajamento nas redes sociais.

Ainda segundo o entrevistado 1 as principais redes utilizadas pela PMS são o Facebook, o Instagram, o Twitter e agora em 2021 eles entraram no Tiktok, plataforma que tem mostrado um crescimento muito rápido devido ao humor e temas de questionamentos utilizados nas postagens. Hoje a principal rede da prefeitura é o Instagram, a qual tem o maior engajamento, onde a maioria das postagens são feitas através de inputs do Twitter. O processo de criação de conteúdo é coletivo, feito através de troca de ideias e debate da equipe de comunicação de acordo com percepções dos integrantes do grupo sobre temas sensíveis a sociedade como a questão racial, LGBT, violência contra as mulheres entre outras de grande apelo e relevância social, sempre buscando levar informação e levantar questionamentos e fomentar debate. Além da divulgação de eventos e ações da prefeitura, resultados e divulgações de políticas públicas e do *feeling* da equipe sobre temas diversos que são do interesse público.

A equipe da direção de comunicação digital possui tarefas bem definidas, sendo composta por 12 colaboradores contando com fotógrafos, editores de vídeo/foto, analistas de performance e monitoramento, analistas de conteúdo, e profissionais responsáveis pelas postagens e respostas aos comentários dos cidadãos. Apenas 4 ou 5 pessoas dessa equipe tem acesso total a rede e são responsáveis pela gestão dela, o que proporciona maior agilidade e rapidez a esse processo. A equipe trabalha de forma presencial, tendo 1 ou 2 funcionários de acordo com a necessidade individual trabalhando a partir de casa. No início da pandemia toda a equipe ficou com suas atividades laborais a partir de casa durante 4 meses. A partir de fevereiro de 2021 com o novo decreto estadual a equipe teve que trabalhar de forma remota a partir de suas casas e estão focando quase de forma exclusiva na divulgação, informação e esclarecimentos de dúvidas em relação a vacinação da COVID 19. Esse, aliás é um tema que tem levantado bastante questionamentos e interações. A equipe informou que tiram bastante dúvidas e informam a população de maneira eficaz sobre os locais de vacinação, quantidade de vacinação, público-alvo e o que mais venha a

gerar dúvidas, através das suas redes sociais, fazendo também a monitoração do tema (quantidade de curtidas, retweets, comentários, compartilhamentos) e assim definir estratégias e propor mudanças. Nesse tema em especial houve alteração de local de aplicação da vacinação e a permissão para que idosos tomem a vacina nos postos de saúde visto que as vacinas até então só estavam sendo aplicados no sistema de drive-thru, percebendo um grande número de reclamações e comentários sobre a dificuldade de locomoção e também o questionamento de que muitos idosos não tinham carro, quem os levar e que as filas estavam muito grandes, solicitando que fossem abertos novos pontos de vacinação. A demanda foi encaminhada para a secretaria de saúde que tomou as devidas providências para mudar esse cenário de forma rápida e eficiente, criando mais locais de vacinação proporcionando que os idosos também pudessem ser vacinados nos postos de saúde das localidades onde residiam, assim como criou o gatilho para a criação do “fitômetro”, site gerido pela PMS que mostra como estão as filas no pontos de vacinação e a quantidade de pessoas vacinadas naquele dia, site esse que é atualizado em tempo real, fazendo assim com que a população se dirija ao posto de vacinação que estiver com o menor número de pessoas, mostrando a importância da utilização dessa análise e monitoramento da ferramenta em prol da população.

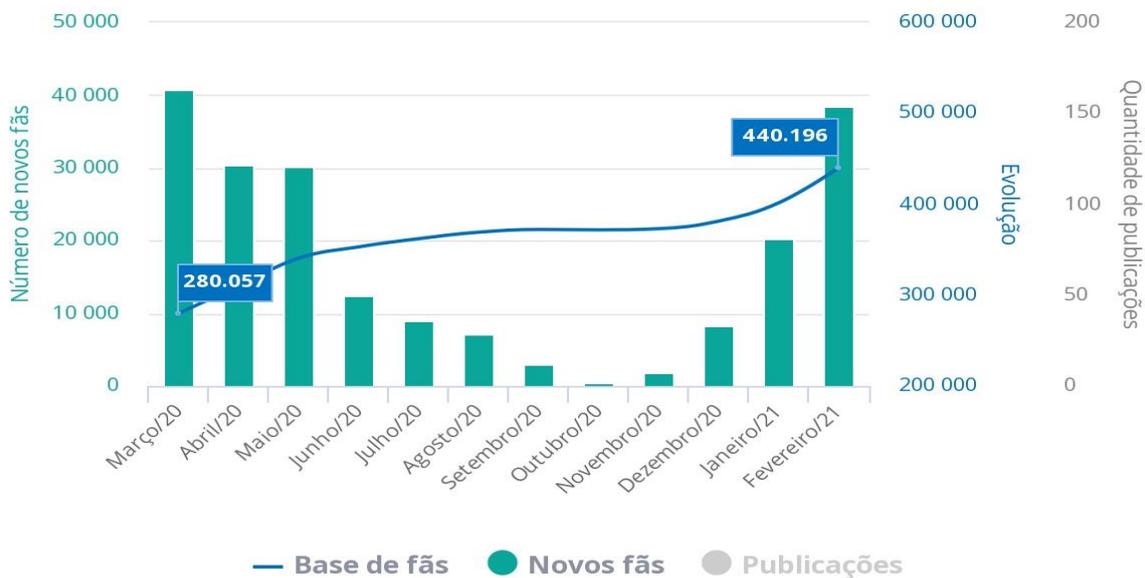
Um outro exemplo citado de bom resultado desse engajamento nas redes sociais foi quando houve a polemica da bienal do livro do Rio de Janeiro, em 2019, onde a repercussão nas redes sociais foi enorme e a PMS buscou se posicionar sobre o tema tentando atrair a Bienal do Livro para Salvador, conseguindo fomentar o debate, um número enorme de interações, curtidas, comentários com suas publicações e apoio com seu posicionamento diante do ocorrido. O que se mostrou eficaz visto que a PMS conseguiu firmar parceria com a bienal e ela seria realizada na Cidade de Salvador em 2020 e 2021, já no novo Centro de Convenções Municipal, porém o evento foi cancelado devido a pandemia.

Uma das afirmações do Diretor de comunicação digital que chamou bastante atenção foi informar que as redes sociais da PMS por ser um canal de comunicação rápido e de fácil acesso por todos, funciona como uma espécie de ouvidoria pela administração local. Eles fazem a triagem das principais demandas/reclamações/sugestões feitas pelos cidadãos através dessas redes e encaminham para a secretária ou órgão responsável o que torna o processo muito mais rápido para a tomada de decisão e resolução de problemas, como ocorreu com o caso da vacinação, pois muitas vezes o cidadão não tem acesso ou tem muita dificuldade para ter acesso a esses órgãos. Então através do repasse dessas demandas por pessoal de dentro da própria prefeitura, a informação consegue chegar ao setor/secretária de forma mais célere. Ele afirmou ainda que buscam responder e atender

grande parte dos comentários dos cidadãos, porém, muitas vezes não conseguem devido à grande demanda de interações e porque a equipe é insuficiente para tal.

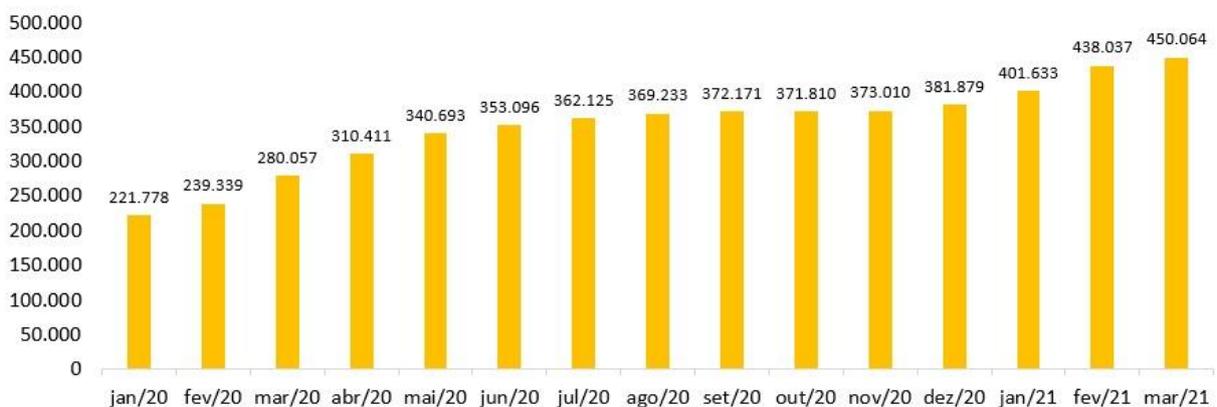
A Prefeitura também percebe um aumento significativo na interação dos utentes (curtidas, comentários) nas publicações referentes as festas populares mais tradicionais da cidade, como o ano novo, carnaval, e festa de lemanjá. Além de postagens sobre grande interesse e repercussão social como é o caso das campanhas de vacinação e de cadastro de empregos. Abaixo iremos observar alguns gráficos extraídos do Facebook e do Instagram da PMS mostrando a evolução do número de fãs dessas redes.

Figura 3.1: Evolução de fãs no Instagram da PMS (março de 2020 a fevereiro de 2021)



Fonte: Diretoria de Marketing Digital PMS/Instagram.

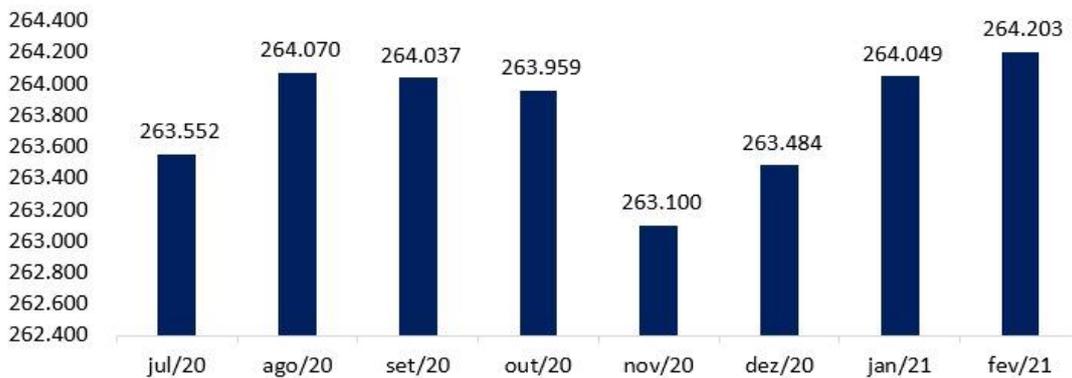
Figura 3.2: Número de seguidores Instagram da PMS
Instagram PrefSalvador - Seguidores



Fonte: Diretoria de Marketing Digital PMS/Instagram.

De janeiro de 2020 a março de 2021 a PMS ganhou 228.286 novos fãs, o que representa um crescimento de 51%.

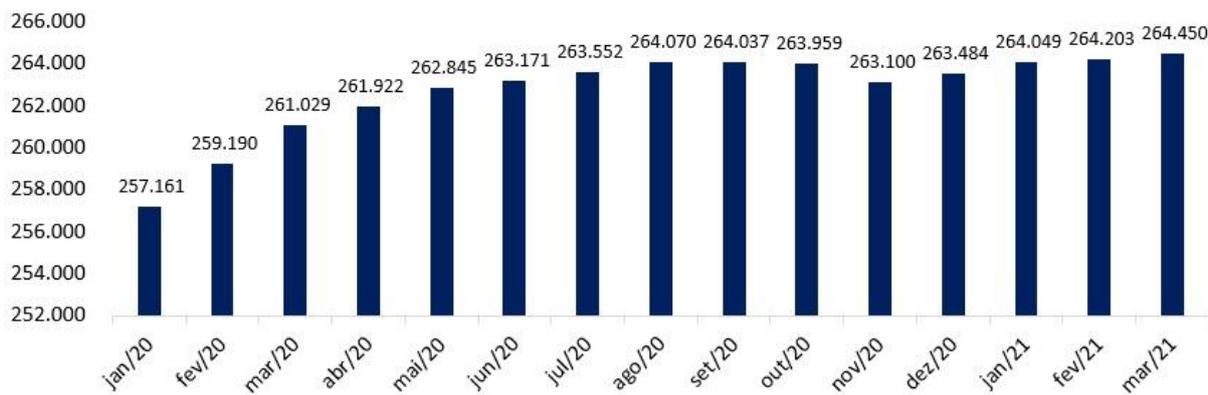
Figura 3.3: Evolução de fãs do Facebook PMS
Facebook Fãs



Fonte: Diretoria de Marketing Digital PMS/Instagram.

De janeiro de 2020 a março de 2021 o facebook da PMS ganhou 7.289 fãs o que representa um aumento de 35,28%. Na figura 3.3 podemos claramente observar um vale entre os meses de junho a dezembro de 2020, período que foi marcado pelo aumento de forma bem tímida do número de seguidores, devido a equipe de comunicação, assim como a de comunicação digital terem voltados seus esforços para a campanha eleitoral, tendo deixado as redes sociais da prefeitura um pouco de lado para focar na dos candidatos da atual gestão, ACM NETO e BRUNO REIS. Tendo a partir de janeiro retomado na tendência de evolução e de maior engajamento nas redes sociais. O mesmo fenômeno pode ser observado na figura 3.4, tendo inclusive o número de fãs/seguidores reduzido nos períodos de setembro a dezembro de 2020.

Figura 3.4: Crescimento no número de fãs do Facebook da PMS
Facebook PrefSalvador - Fãs

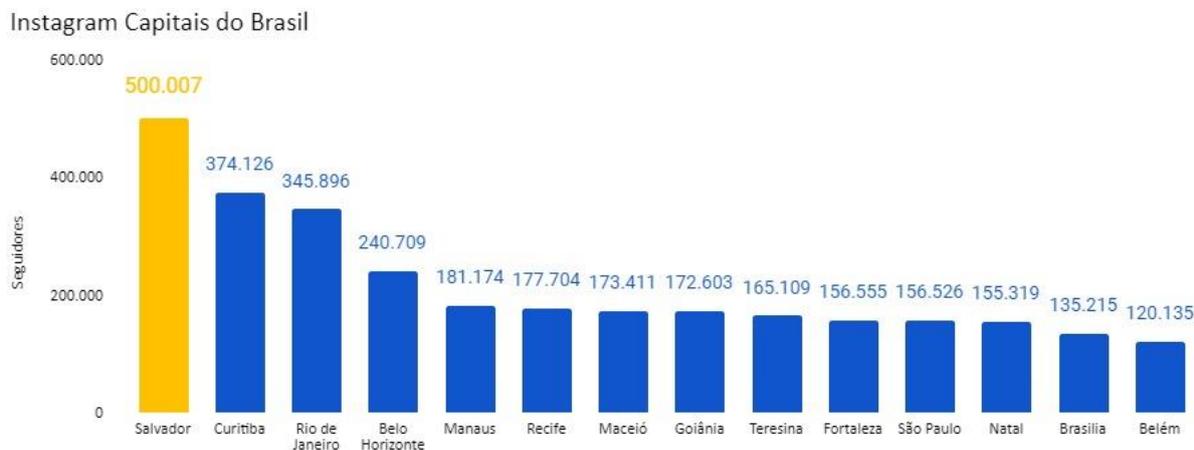


Fonte: Diretoria de Marketing Digital PMS/Instagram.

Apesar da Literatura mostrar que a utilização das redes pelas prefeituras e governos ainda é precária e é utilizada na maioria desses órgãos apenas com o intuito de divulgar e informar, na PMS já podemos ver que o engajamento das redes é forte e que existe a troca

e interação com os cidadãos. Engajamento esse representado pela evolução do número de fãs/seguidores das suas duas principais redes sociais.

Figura 3.5: Seguidores do Instagram nas capitais do Brasil



Fonte: SECOM Salvador.

A figura 3.5 mostra que a cidade de Salvador é a capital brasileira com maior número de fãs no Instagram entre todas as outras, o que aponta para sua boa capacidade em, conseguir atrair a atenção e curiosidade dos cidadãos para acessarem essas redes, tendo quase 150.000 (cento e cinquenta mil) seguidores a mais do que a cidade que aparece em segundo lugar.

3.3 ACM Neto e as Redes Sociais

ACM Neto, ex-prefeito de Salvador é uma referência quando falamos na utilização das redes sociais, desde a sua primeira campanha para a prefeitura em 2012, ele contava com uma equipe responsável por acompanhá-lo nos eventos, fazer a cobertura e divulgações de suas aparições públicas, sempre obtendo bons resultados e proporcionando um bom engajamento e interação com seus seguidores. Atualmente (março de 2021) ele conta com 510.356 fãs no Facebook, 874.485 seguidores no Instagram e 418.817 seguidores no Twitter ante, 264.792 e 471.000 seguidores das PMS respectivamente. Abaixo veremos alguns gráficos que demonstram o comportamento dos seguidores das redes sociais de ACM Neto, compreendendo o período de abril de 2018 a julho de 2019. Os gráficos mostram grande variação durante esse período que podem ser explicados principalmente pelos principais fatos: Em abril de 2018, Neto desiste da candidatura ao Governo do Estado e sua base de seguidores tem tendência a diminuição em todas as redes analisada. O anúncio da desistência da candidatura ao Governo do Estado foi realizado durante “live” em suas redes sociais no dia 6 de abril de 2018. Após o anúncio, a

base de fãs registrou queda. Entre abril e dezembro, Neto perdeu mais de 2 mil fãs. A recuperação ocorreu no fim de dezembro (com o Réveillon e os festejos do verão). Em março, como saldo do carnaval, ao assumir a presidência nacional do DEM e o retorno sistemático dos impulsionamentos, o prefeito de Salvador voltou a crescer a sua base de fãs, tendo como pico o mês de julho, período da visita de Bolsonaro à Bahia para inauguração do Aeroporto Glauber Rocha, localizado em Vitória da Conquista, sudoeste Baiano, Neto recepcionou o presidente, enquanto o governador Rui Costa não compareceu ao evento o que fez com que a tendência a ganhar seguidores aumentasse.

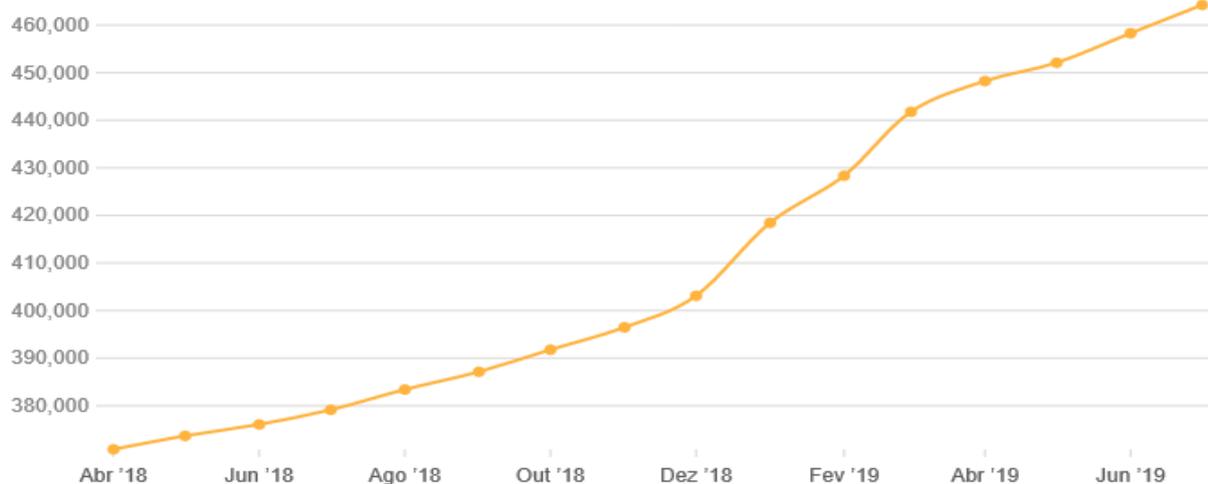
Figura 3.6: Comportamento da série histórica da página de ACM Neto no Facebook



Fonte: LABCaos/API/Facebook.

No Instagram, que tende a ser a rede mais “positiva” para os políticos, a desistência da candidatura, a presidência do DEM e a visita de Bolsonaro tiveram menos impacto do que o período do verão em Salvador (dezembro a março). Os picos de crescimento ocorreram com selfies e fotos com artistas durante o Réveillon e Carnaval, tendo destaque para a publicação com a artista Baiana Ivete Sangalo.

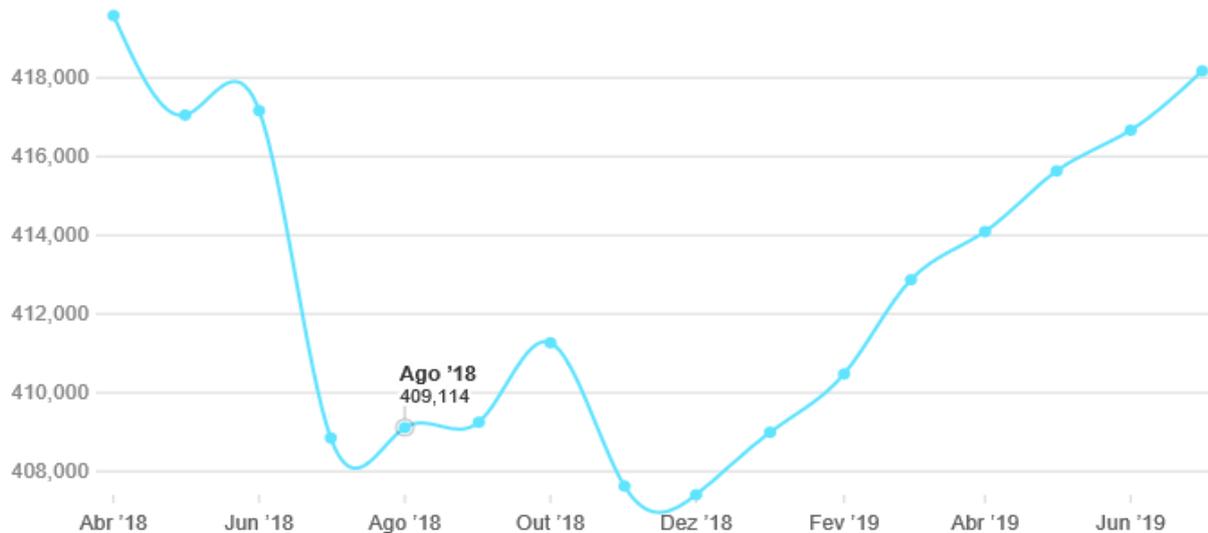
Figura 3.7: Série histórica no perfil de ACM Neto no Instagram



Fonte: LABCaos/API/Instagram.

No Twitter, Neto registrou a maior perda de seguidores. Entre abril e dezembro, mais de 12 mil perfis deixaram de segui-lo. Apesar de retomar o crescimento a partir de janeiro, o prefeito de Salvador que contava com mais de 419 mil seguidores, até julho de 2019, não tinha conseguido voltar ao número inicial de seguidores (figura 3.8). O melhor pico de crescimento ocorre após assumir a presidência nacional do DEM e voltar as polêmicas com o governador da Bahia, Rui Costa (PT).

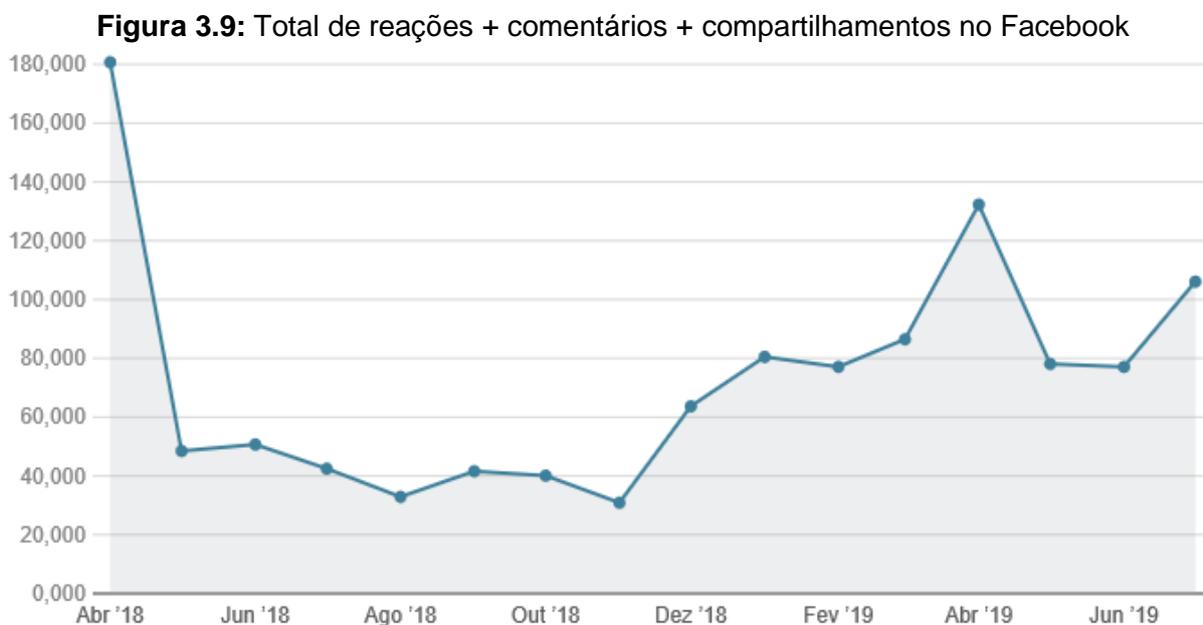
Figura 3.8: Série histórica do perfil de ACM Neto no Twitter



Fonte: LABCaos/API/Twitter.

No Facebook, foi identificado uma relação da queda de fãs e de impulsionamento com a queda no engajamento ao longo do período analisado. Depois da desistência da candidatura, nos últimos 15 meses, Neto não registrou o mesmo pico do volume total de

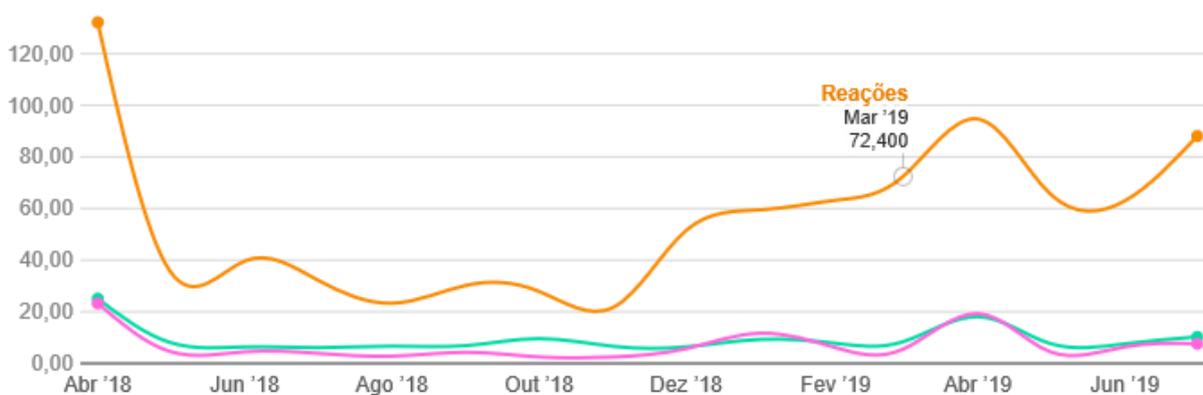
interações. Em 2019, os melhores resultados coincidem com as campanhas pagas no Facebook de obras/entregas na capital baiana(figura 3.9).



Fonte: LABCaos/API/Facebook.

No Facebook, as reações são as interações mais frequentes na página de ACM Neto. O volume de comentários é regular, tendo como pico o mês de abril quando Neto esteve em Brasília com Bolsonaro.

Figura 3.10: Tipologia das interações

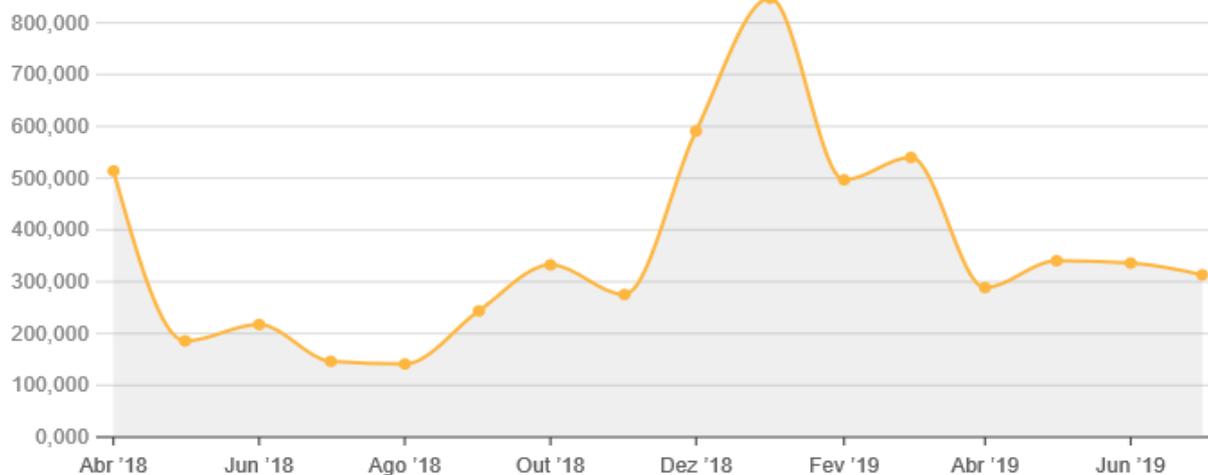


Fonte: LABCaos/API/Facebook.

Legenda: __Reações __Comentários __Compartilhamentos

No Instagram, os melhores períodos de engajamento coincidem com os melhores períodos de crescimento seguidores (dezembro a março). Nem a visita de Bolsonaro e nem presidência do DEM resultaram em aumento do volume de interações. Apesar de ter crescido a base de seguidores, a desistência da disputa eleitoral (em abril/2018) representou também queda no engajamento do prefeito de Salvador.

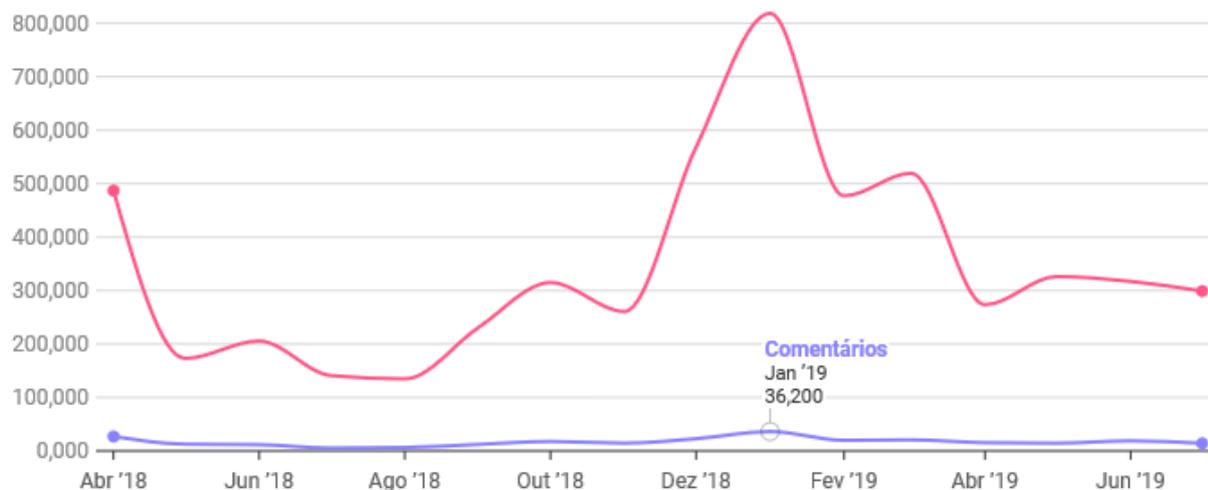
Figura 3.11: Volume de interações no Instagram – total de curtidas + comentários



Fonte: LABCaos/API/Instagram.

No Instagram, os seguidores curtem mais do que comentam, que é comportamento padrão desta rede. Os picos ocorrem justamente nos períodos das festas populares na cidade que vai desde o que vai desde meados de dezembro até Março.

Figura 3.12: Tipologia das interações no Instagram

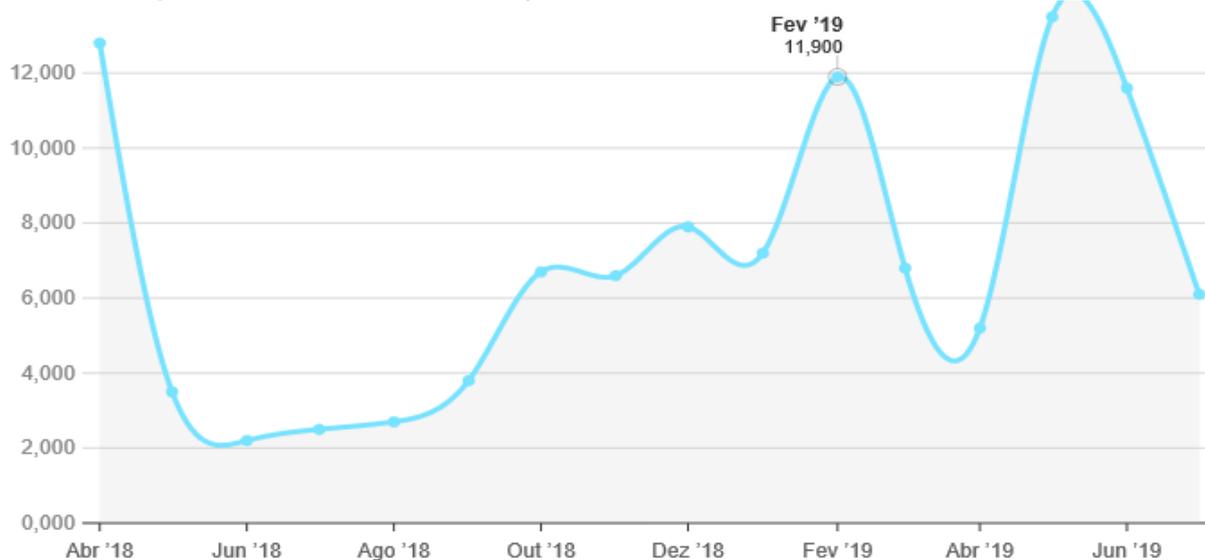


Fonte: LABCaos/API/Instagram.

Legenda: __Curtidas __Comentários

No Twitter, justamente por ser uma rede mais política, apesar de perder um número considerável de seguidores, com o envolvimento de Neto na campanha eleitoral – com apoio à candidatura do aliado político, José Ronaldo, ao Governo do Estado, o engajamento cai em abril mas retorna em outubro. O pico de interações ocorre com o posicionamento de Neto em defesa da Semana do Clima, realizada pela ONU, em Salvador e o meme do bandeirinha na Copa América.

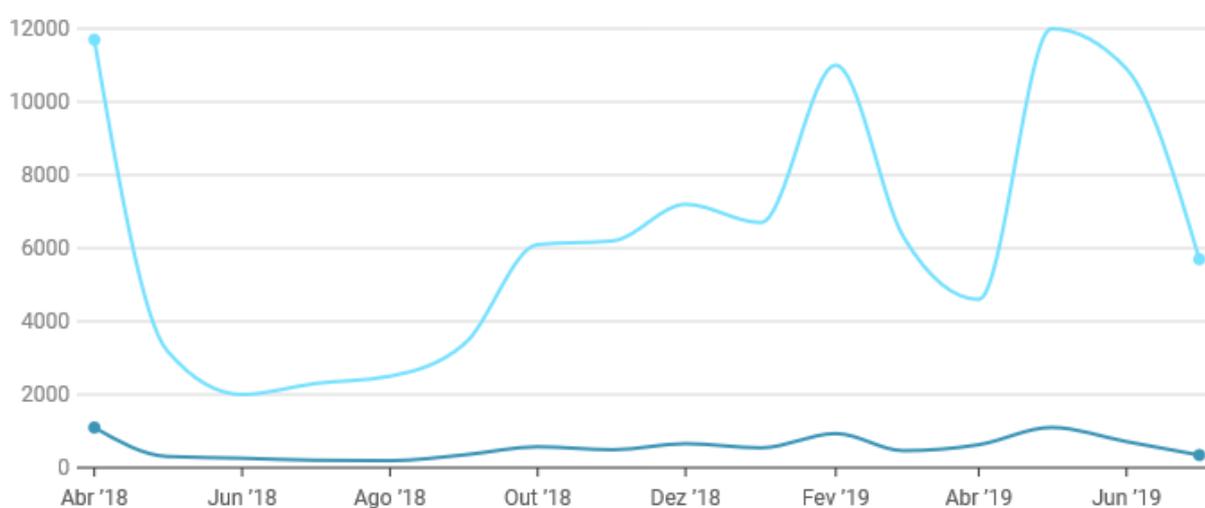
Figura 3.13: Volume de interações no Twitter – Total de curtidas + retuïtes



Fonte: LABCaos/API/Twitter.

No Twitter, Neto recebe mais curtida do que retuïtes o que ajuda a compreender a queda expressiva de seguidores ao longo do período analisado. O pico de retuïtes ocorre com o meme do bandeirinha.

Figura 3.14: Quantidade de curtidas e retuïtes no Twitter



Fonte: LABCaos/API/Twitter.

Legenda: __Curtidas __Retuïtes

Portanto a partir da análise dos dados de Neto em suas contas no Facebook, Instagram e Twitter é possível identificar uma queda no crescimento e engajamento, após desistir de disputar as eleições estaduais em 2018 e a “pausa” no impulsionamento das publicações. Foi identificado também a redução no volume de publicações, o que indica uma “saída” dos holofotes midiáticos, agendas e presença digital. A festa da virada do ano e o Carnaval (fevereiro e março) resultaram no aumento expressivo de novos seguidores

principalmente ao postar selfies com artistas. Curiosamente, com publicações sobre os festejos baianos, Neto conseguiu os melhores picos de crescimento de fãs e interações no Facebook e Instagram do que com os posicionamentos políticos. Já no Twitter, o cenário foi diferente: quanto mais político, maior o crescimento de seguidores e volume de interações. Ao assumir a presidência nacional do DEM e ao se posicionar sobre temas políticos, o prefeito de Salvador também conseguiu ampliar sua base de seguidores e volume de interações.

Quando se analisa as interações mais frequentes na rede de Neto observa-se, claramente, a influência de campanhas pagas, cujo objetivo mais recorrente é o “engajamento”. Contudo, o baixo volume de compartilhamentos e retuítes sinalizam para uma “bolha”, mesmo com o impulsionamento. A visita de Bolsonaro também contribuiu para o aumento das métricas de engajamento e crescimento de seguidores. De modo geral, o “fator Bolsonaro” impulsionou os políticos do Nordeste, pelo menos até aquele momento analisado.

4 Abordagem Metodológica

Este capítulo apresenta os procedimentos metodológicos utilizados para atingir os objetivos propostos pela pesquisa. Para Myers (2005), um projeto de pesquisa deve conter informações sobre o pressuposto filosófico seguido pelo pesquisador, os métodos de investigação, as técnicas de pesquisa, modos de análise e interpretação dos dados.

4.1 Técnicas, Procedimentos e Instrumentos de Recolha de Dados

Para se atingir o objetivo desta pesquisa optou-se pela adoção de uma abordagem mista qualitativa e quantitativa. Segundo Creswell (2014), a pesquisa qualitativa é um conjunto de práticas que transformam o mundo visível em dados representativos, incluindo notas, entrevistas, fotografias, registros e lembretes. Os pesquisadores qualitativos buscam entender um fenômeno em seu contexto natural.

A natureza da pesquisa é de uma pesquisa prática, pois o objetivo é estudar e entender o fenômeno que são as redes sociais na Adm. Pública e tentar desenvolver soluções práticas que possam ser aplicadas para a sociedade. Já a pesquisa quantitativa é aquela onde o pesquisador vai analisar uma quantidade de dados de uma amostra, onde as informações serão expressas em termos numéricos e serão tratadas e entendidas por meio do uso de estatística.

A pesquisa quantitativa é, normalmente, derivada de uma hipótese que será testada. Os cálculos estatísticos resultarão em um coeficiente que, dada a interpretação do pesquisador, pode validar ou não a hipótese de pesquisa, ou seja, verificar se existe ou não relação entre conceitos testando esses conceitos e coletando os dados em forma de número para, posteriormente, realizar cálculos com eles (Coelho, 2020).

Com base nos objetivos pretendidos, a pesquisa classifica-se em exploratória e descritiva. De acordo com Gil (2002), “as pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (p. 41). Por sua vez, as pesquisas descritivas visam à descrição das características e dimensões de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre as variáveis.

O estudo será feito em uma administração local (prefeitura), no município de Salvador, estado da Bahia, Brasil. Onde serão identificados quais são as principais redes a serem utilizadas, como se dá seu uso e o nível de interação com os cidadãos, posteriormente serão aplicados questionários tanto para os funcionários e gestores da secretária de comunicação da cidade de Salvador/BA, tanto para os cidadãos que interagem

com essas redes, depois analisadas e tratadas as informações colhidas para que se possa chegar a um diagnóstico e sugestão de um modelo ideal.

Quanto ao procedimento do trabalho foi realizada uma pesquisa bibliográfica relacionada à temática Administração Pública; Mídias sociais; Comunicação; Transparência; Governança através do estudo de artigos, revistas e estudos já publicados nos últimos 5 anos, com a limitação de 40 artigos e 15 periódicos. Foram estudados autores como Castells, Chiavenatto, Farranha, Vigoda, Santos o que permitiu organizar um arcabouço teórico que fundamenta a pesquisa.

Enquanto pesquisa documental, a pesquisa proporcionou uma melhor visão do problema apresentado, utilizando-se de uma base de documentos que ainda não receberam tratamento analítico, ou seja, fontes primárias de pesquisa, como a Lei de acesso à Informação, além de documentos que de alguma forma já foram analisados, especificamente relatórios fornecidos pela Prefeitura Municipal de Salvador.

Quanto ao posicionamento (Epistemologia) a pesquisa mostra um posicionamento positivista, pois através do estudo a realidade das redes sociais na PMS é “dada”. Ou seja, podemos ir à realidade e olhar o que está acontecendo, assumindo que todas as pessoas vão entender ou visualizar aquele fenômeno da mesma forma, podendo buscar idealizar ou melhorar a maneira como as redes sociais são utilizadas pela administração pública. Johnson e Duberley (2000) respaldam esta análise ao afirmarem que o positivismo é a epistemologia mais encontrada nas teorias e pesquisas no campo das Ciências Sociais, sendo assim a orientação dominante nos estudos de administração e tendo se tornado um senso comum de como se fazer pesquisa.

Por fim, a pesquisa também pode ser classificada como estudo de caso, porque está circunscrita à análise de dados de caso específico. Segundo Gil (2002), “tal modalidade de pesquisa consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento” (p. 54). Foi escolhida a Prefeitura municipal de Salvador por se tratar de uma administração local que é referência nacional na utilização das redes sociais pela sua administração, principalmente a partir de 2016 e por se tratar de uma prefeitura que tem tido um aumento significativo no aumento de novos fãs e seguidores nas suas redes sociais no últimos anos, conforme foi mostrado nos gráficos do capítulo IV deste trabalho, além de que na sua gestão atual possui um núcleo específico para tratar apenas da parte de comunicação digital, que pôde fornecer e viabilizar informações e material de pesquisa. As entrevistas e aplicação de questionários foram as principais fonte de coleta de dados.

Foi realizada também a coleta de dados pelo procedimento survey. Esse tipo de pesquisa vai coletar dados quantitativos por meio da aplicação de questionários com escalas numéricas e perguntas fechadas. Na elaboração das perguntas para as entrevistas

foi utilizado como norteador o modelo conceptual (Figura 2.1) confeccionado pelo autor, trabalhando as variáveis existentes no modelo (tecnológicas, comunicação, gestão e dos cidadãos) e também e os fatores que condicionam a boa utilização da ferramenta de comunicação que são as redes sociais.

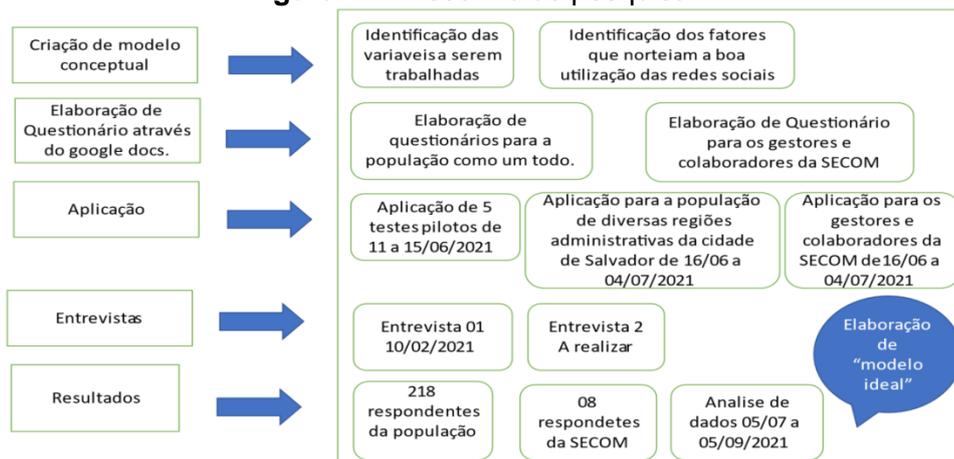
O questionário foi confeccionado através da ferramenta do google Docs e enviado via aplicativo de trocas de mensagens “whatsapp” e e-mail para os entrevistados. Antes do envio para os entrevistados foram feitos 5 testes pilotos para ratificar que ele seria de fácil entendimento e que proporcione aos participantes responder o mesmo em sua totalidade.

Para a coleta de dados no dia 10/02/2021 foi realizada uma entrevista com um dos gestores da área de comunicação digital da PMs, o qual iremos chamar aqui de entrevistado 1, e no dia 20/09/2021 foi agendada outra entrevista com outro colaborador em posição de gestão da secretária de comunicação da PMS, denominado aqui entrevistado 2 (que não foi realizada). Também foram aplicados 218 questionários com perguntas fechadas para a população de Salvador, pertencentes ou não a administração pública, com o intuito de entender como esse público enxerga e qual o sentimento que tem em relação às redes sociais da prefeitura da cidade do Salvador, assim como mensurar o percentual desse público que conhecem e participam das redes sociais da PMS. Além disso, também foi aplicado o mesmo questionário para 8 servidores da secretaria de comunicação da PMS. Os questionários foram aplicados e respondidos no período de 16/06/2021 a 04/07/2021 o que visa garantir uma melhor confiabilidade e veracidade nos dados recolhido.

4.2 Técnica de Análise de Dados e Desenho de Pesquisa

Na Figura 4.1, a seguir, está detalhado o desenho de pesquisa, que demonstra o passo a passo de como foram pensadas as variáveis da pesquisa, elaborados e aplicados os questionários, e como foram tratados os resultados através das respostas dos entrevistados.

Figura 4.1: Desenho de pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor.

Inicialmente foram identificadas variáveis que influenciam na boa utilização das redes sociais pela prefeitura de Salvador, a partir daí através da utilização do software google docs, foram elaboradas 20 perguntas, com opções de respostas múltipla escolha ou caixas de seleção baseadas nessas variáveis para que a população pudesse nos dar informações sobre o modelo utilizado atualmente pela PMS e como elas gostariam que fossem esse modelo. Foi elaborado também um questionário com as mesmas premissas com 21 perguntas para os gestores e colaboradores da PMS com o mesmo intuito, onde a posteriori essas informações coletadas seriam cruzadas.

Em seguida foram feitas as aplicações dos questionários pilotos durante 05 dias para que se pudesse ajustar as perguntas, testar se o software funcionaria bem e ainda mensurar como seriam visualizadas as respostas. Avançando, foram aplicados os questionários para os dois públicos mencionados no parágrafo anterior (cidadãos e colaboradores/gestores), esses questionários foram aplicados durante 19 dias em diversas regiões da cidade e na secretária de comunicação da prefeitura.

Anterior a esse processo também foi realizada uma entrevista com o atual diretor de comunicação da PMS para que fosse entendido o *modus operandi* das redes sociais do município, sua cultura e como se dá sua gestão. Ficou também "agendada" uma segunda entrevista com o diretor de comunicação e com a secretária da pasta, essa última não foi realizada por falta de agenda dela.

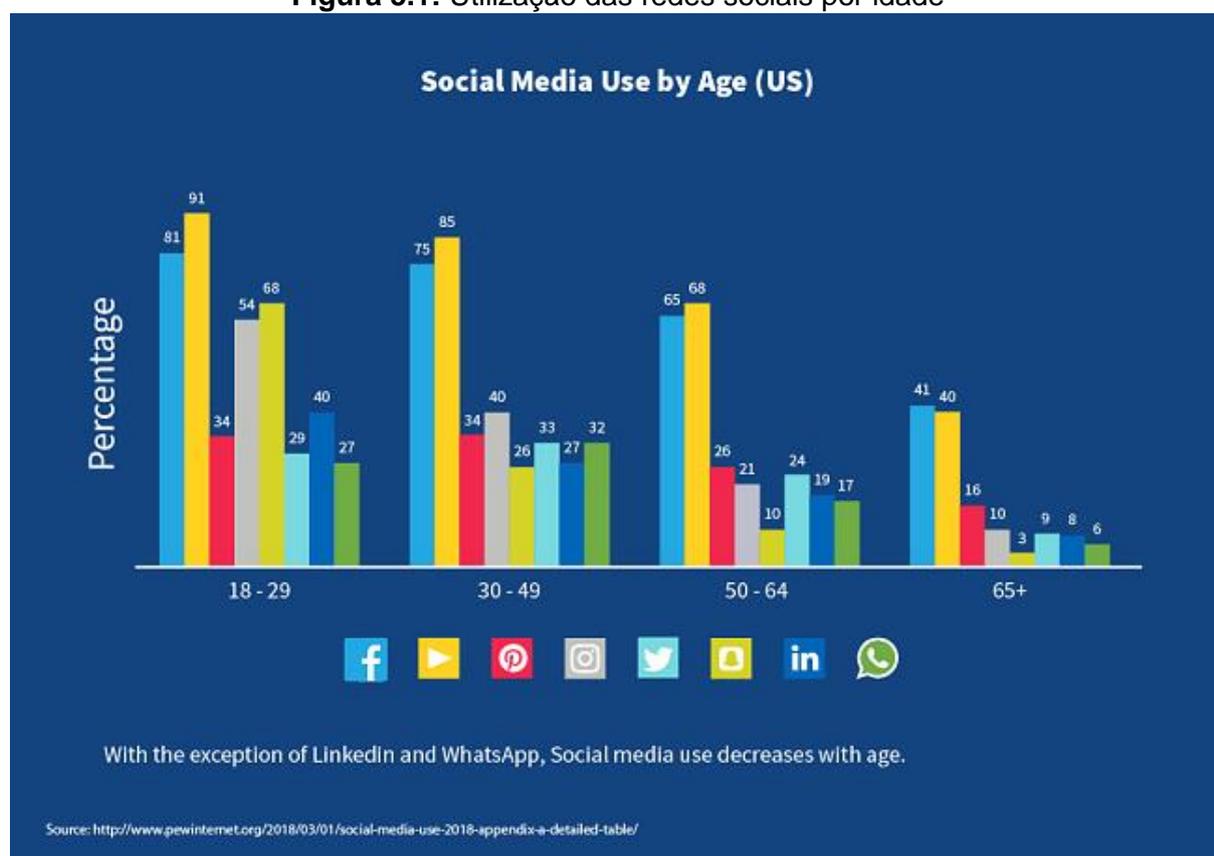
Finalizando, tratamos os dados obtidos através das 218 respostas dos cidadãos e das 8 respostas dos empregados/gestores municipais. Foram elaborados, gráficos, tabelas e textos que ajudaram a entender a complexidade da utilização dessa ferramenta de comunicação, para que se possa sugerir um "modelo ideal" na visão de colaboradores e da população.

5 Discussão e Resultados

Participaram da pesquisa um total de 218 indivíduos no período 16/06/2021 a 04/07/2021, com idades compreendidas dos 18 até os 78 anos. Na análise da faixa etária houve predominância de participantes de 20 a 39 anos conforme (Quadro 5.1). Participaram também da pesquisa 8 indivíduos que são lotados na secretária de comunicação da prefeitura de Salvador ou que atuam na gestão das redes sociais.

O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) confirma os achados desta pesquisa, já que em 2017 um de seus estudos apontou que os internautas mais ativos são os adultos entre 25 e 34 anos e os de 35 a 49 anos, representando 26% dos usuários, as pessoas de 50 a 64 anos são responsáveis por 13% do acesso às redes sociais, seguido dos jovens entre 18 e 24 anos (12%) e dos adolescentes entre 12 e 17 anos (11%). A Figura 5.1 extraída da publicação da Wizcase, que versa sobre a utilização das redes sociais por idade a nível global, corrobora os achados e os dados apresentados com poucas variações, uma delas é maior acesso de jovens acima de 18 a 24 anos em relação aos idosos.

Figura 5.1: Utilização das redes sociais por idade



Fonte: Wizcase (2021).

O público que teve maior participação foram pessoas do sexo feminino, totalizando 122 mulheres. Em contrapartida o público masculino, de 112 indivíduos, demonstrou um interesse menor. Foi notado uma maior participação feminina neste estudo, o que pode apontar o interesse deste grupo público sobre o tema, visto que a participação se fez de forma voluntária. A pesquisa realizada pela Influester em 2019 reforça essa ideia, onde diz que as mulheres são mais ativas do que os homens nas redes sociais e tendem a interagir mais com um conteúdo que seja agradável para elas, sendo esse o meio onde elas mais procuram por conteúdos com mais de 90% de preferência (Influester, 2019).

Tem-se ainda que 8 em cada 10 mulheres preferem o uso das redes sociais para estarem mais conectadas com outras pessoas por meio do “chat” e para obterem informações sobre assuntos que lhes interessam. Os homens por sua vez preferem a síntese da informação, vídeos e a criação de conteúdo, além de preferirem por expor suas opiniões sobre temas de interesse e relevância no Twitter, por exemplo. Enquanto às diferentes redes, o Pinterest e Instagram transformaram-se em dois canais onde há maior predominância das mulheres, com o Facebook em terceiro lugar. Fenômeno esse que não ocorre com o Twitter e Youtube, que tem em sua maioria o público masculino (Fragueiro, 2018).

Quadro 5.1: Caracterização sociodemográfica por idade, sexo, escolaridade e ocupação dos participantes da Pesquisa

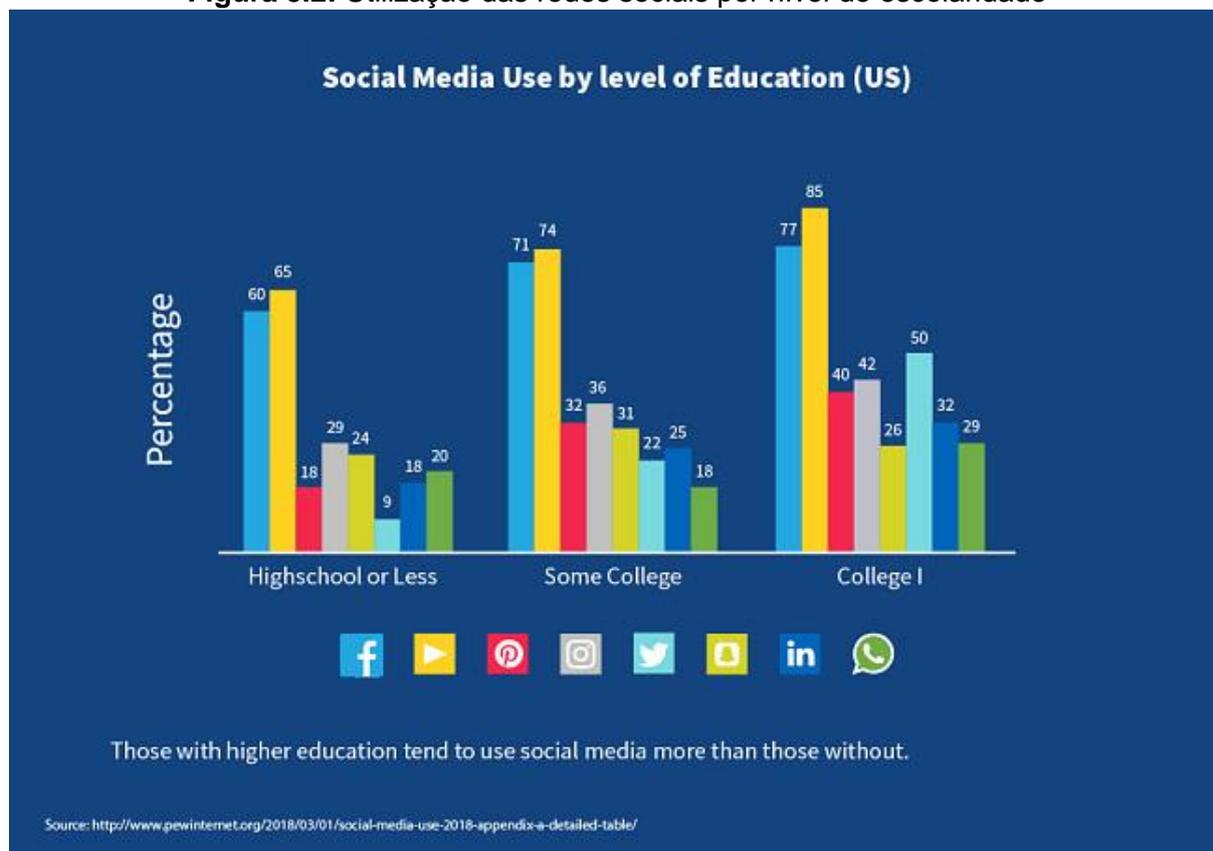
Idade	Jovens (até 19 anos)	Adultos (20 a 39 anos)	Adultos (40 a 59 anos)	Idosos (<60 anos)
Quantidade	2,29% (5)	73,85% (161)	20,64% (45)	3,21 (7)
Sexo	Masculino	Feminino		
Quantidade	47,7% (104)	52,3 (114)		
Escolaridade	Ensino Fundamental	Ensino médio	Ensino Superior	Mestrado/Doutorado
Quantidade	10% (4)	28% (57)	60% (135)	10% (22)
Ocupação	Org. Privada	Org. Públicas	Autônomos	Desempregados/ Sem ocupação
Quantidade	44,5% (97)	22% (48)	19% (42)	7% (15)

Fonte: Elaborado pelo autor.

No tocante a escolaridade dos participantes, 60% responderam que tinham como escolaridade o nível superior, 10% mestrado e doutorado, 28% nível médio ou técnico e 2% ensino fundamental (Tabela 1). A utilização das redes sociais está diretamente proporcional ao grau de escolaridade, quanto maior o nível de instrução, maior é o percentual e tempo de acesso. 97% dos brasileiros com nível superior ou mais tem acesso as redes sociais, quando falamos em pessoas com nível médio de escolaridade 89% utilizam as redes sociais. Tratando da população com nível fundamental e primário incompleto, apenas 55% e 16% desse universo acessam as redes sociais. Até mesmo quando ampliamos o debate para o nível global vemos que essa tendência permanece (Figura 5.2).

Já em relação a classe social 90%, 71% e 39% das pessoas que acessam as redes sociais são das classes sociais AB, C, DE respectivamente. Pessoas com diploma universitário usam as redes sociais, em média, 10% a mais do que aquelas não formadas, e cerca de 20% a mais do que pessoas com diploma de ensino médio ou aquelas não formadas no colegial, conforme a Figura 5.2 (Helloresearch, 2016).

Figura 5.2: Utilização das redes sociais por nível de escolaridade



Fonte: Wizcase (2021).

Em relação à ocupação 44,5% dos participantes declararam que pertencem a organizações privadas, 22% a organizações públicas, 19% trabalham por conta própria (autônomos), 2% pertencem a organizações do 3º setor ou de economia mista, 0,5% são estagiários, 5% aposentados ou pensionistas e ainda 7% declararam que não trabalham ou estão desempregados (Quadro 5.1). A pesquisa TIC domicílios 2019 – Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios Brasileiros nos dá uma clara visão sobre essa segregação no que diz respeito a utilização da internet e consequentemente das redes sociais, quando mostra dados de que famílias que vivem em áreas rurais, Norte e Nordeste e Centro Oeste do País têm respectivamente 37%, 43%, e 36% do total de domicílios sem conexão com a internet.

No recorte por renda familiar, embora exista uma queda persistente dos domicílios sem acesso à Internet ao longo dos anos, a maior parte daqueles com renda familiar até um salário-mínimo (53%) não possuía acesso à Internet em 2018, de 2 a 3 salários 21%, de 3 a 5, 11%, de mais de 5 a 10 salários 8% e nos domicílios com renda familiar acima dos 10 salários-mínimos o percentual sem acesso é de apenas 5% (TIC Domicílios, 2019).

O estudo produzido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) – 2019, corrobora o que foi discutido aqui, pois mostra que a falta de acesso à internet repete as mesmas adversidades e exclusões já verificadas na sociedade Brasileira no que tange a analfabetos, menos escolarizados, negros, população indígena, idosos e desempregados. Para os analistas do IPEA se a rede não produz diretamente a exclusão, a reproduz, tendo em vista que a maioria dos acessos se dão justamente pelos mais jovens, escolarizados, remunerados, trabalhadores qualificados, brancos. Logo, é notório uma obrigação de se planejar intervenções sobre os grupos menos favorecidos por meio da estruturação de políticas que visem diminuir essas desigualdades de acesso (IPEA, 2019).

Segundo classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as classes sociais são divididas em cinco categorias sendo elas: Classe A, pessoas com rendimento familiar acima de 20 salários-mínimos; Classe B, famílias com rendimentos de 10 a 20 salários-mínimos, Classe C; famílias com rendimentos de 4 a 10 salários-mínimos, Classe D; famílias com rendimentos de 2 a 4 salários-mínimos e Classe E; composta por famílias que recebem até 2 salários-mínimos.

Conforme a teoria marxista, “as classes sociais são grupos de indivíduos que partilham de uma posição similar nas relações de produção, quais sejam elas, sejam os proprietários dos meios de produção, sejam os que vendem sua força de trabalho” (Resende, 2020, p. 1). Sempere (2016) reforça a ideia quando diz que as classes sociais dizem respeito ao acesso que variados grupos têm aos recursos econômicos da sociedade. Essas classificações nos ajudarão a entender a relação entre classe social e acesso internet discutida no próximo parágrafo.

Dos 218 respondentes, obteve-se uma amostragem em todas as regiões administrativas da cidade de Salvador, o que ressalta que o alcance da pesquisa abrangeu toda a cidade, denotando êxito na aplicação da mesma (Tabela 2). Pôde-se notar um maior número de participantes nas regiões administrativas da Barra/Pituba e de Itapuã/Ipitanga que englobam bairros de Salvador com predominância de pessoas das classes sociais A, B, C, em contrapartida as regiões administrativas do Subúrbio/Ilhas e de Valéria que tem predominância de moradores das classes sociais D e E foram as que tiveram o menor número de participação o que se confirma com o estudo da Heloreserach (2016). Portanto, fica evidente a relação entre renda e acesso à internet discutida aqui.

Quadro 5.2: Respostas por regiões administrativas de Salvador/BA

Bairros por regiões administrativas de Salvador/BA	
Centro-Brotas (Acupe, Barbalho, Barris, Boa vista de Brotas, Brotas, Candeal, Centro, C. Histórico, Comércio, Cosme de Farias, Eng. V. De Brotas, Garcia, Luiz Anselmo, Macaúbas, Matatu, S. Agostinho, S. Antônio, Saúde, Nazaré. Tororó).	28
Subúrbio/Ilhas (Alt.Terezinha, Coutos, Faz. Coutos, Ilha de Maré, Bom Jesus dos Passos, Ilha dos Frades, Itacaranha, N. Constituinte, Paripe, Periperi, Plataforma, Praia Grande, Rio Sena, São João do Cabrito, São Tomé).	6
Cajazeiras (Águas Claras, Boca da Mata, Cajazeiras I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, X, XI, Castelos Branco, D. Avelar, Vila Canária, Fazenda Grande I, II, II, IV, Jaguaripe).	15
Itapuã/Ipitanga (Aeroporto, Alt. Coqueirinho, Areia Branca, Bairro da Paz, Boca do Rio, Cassange, Imbui, Itapuã, Itinga, JD das Margaridas, Mussurunga, N. Esperança, Patamares, Piatã, Pituaçu, São Cristóvão, Stella Mares).	40
Cidade Baixa (Boa Viagem, Bonfim, Calçada, Cam. De Areia, Lobato, Mangueira, Mares, Massaranduba, Mte Serrat, Ribeira, Roma, S. Luzia, Uruguai, V. Ruy Barbosa /Jd. Cruzeiro).	9
Barra/Pituba (Alt. Pombas, Amaralina, Barra, Calabar, Cam. Das Árvores, Canela, Chap. Do Rio Vermelho, Costa Azul, eng. Velho da Federação, Federação, Graça, Itaigara, Jd. Armação, NE. De Amaralina, Ondina, Pituba, Rio Vermelho, St Cruz, STIEP, Vale das Pedrinhas, Vitória).	46
Liberdade/São Caetano (Alt. Cabrito, Ba. De Quintas, Boa Vta de S. Caetano, Bom juá, Caixa D'Água, Camp. De Pirajá, Capelinha, Cidade Nova, Curuzu, Faz. Gde do Retiro, IAPI, Lapinha, Liberdade, Mal. Rondon, Pau Miúdo, Pero Vaz, Retiro, S. Mônica, S. Caetano).	11
Cabula/Tancredo Neves (Arenoso, Arra do Retiro, Barreiras, Beiru/Tancredo Neves, Cabula, Cabula VI, Calabetão, C. Adm. Da Bahia, Doron, Engomadeira, Grja RuralPres. Vargas, Jd Sto Antônio, Mata Escura, Narandiba, N. Sussuarana, N. Horizonte, Pernambués, Resgate, Saboeiro, S. Gonçalo, Saramandaia, Sussuarana)	12
Pau da Lima (Canabrava, Jd. Cajazeiras, Jd. N. Esperança, N. Brasília, N. Marotinho, Pau da Lima, Pto Seco Pirajá, S. Marcos, S. Rafael, Sete de Abril, Trobogy, Vale dos Lagos, V.Canária).	19
Valéria (Moradas da Lagoa, Palestina, Pirajá, Valéria)	8
Região Metropolitana (Camaçari, São Fco do Conde, Candeias, Lauro de Freitas, Simões Filho, Dias D'Ávila, Mata de São João, Pojuca, São S. Do Passé, Madre de Deus, Vera Cruz e Itaparica).	24

Fonte: Elaborado pelo autor.

A Prefeitura de Salvador (PMS) disponibiliza suas redes sociais para facilitar a comunicação e aproximação com o cidadão. Nesta pesquisa do universo que responderam ao questionário, 34 % afirmaram acompanhar as redes Sociais da PMS eventualmente, 23,4% acompanham diariamente, 19,2% acompanham 1 a 2 vezes na semana, 2,8% acompanham 1 a 2 vezes no Mês, 20,6 % não acompanham as redes.

Em relação ao engajamento na Redes Sociais da PMS 59,2% tem notado um maior engajamento nas redes sociais da PMS, 20,2% não souberam responder, 11,5% disseram que talvez, 8,3% disseram que não tem notado um maior engajamento das redes sociais da PMS e ainda 1% disseram que notaram um aumento no engajamento, mas que ainda não é o ideal.

Já em relação a considerarem as redes sociais da PMS como uma boa fonte de informação e interação, 94% responderam que sim, 4,6% que talvez, 0,9 responderam que não sabem ou não conhecem e 0,5 responderam que sim, porém que considera uma fonte de informações limitada e manipulada pois acreditam que quem está por trás das redes só responde e interage sobre temas que são do seu interesse, de uma quantidade limitada de

peças e ainda que muitas vezes excluem comentários que são vistos como “indevidos”.

Para a população o acompanhamento dessas redes é importante, na medida em que são uma ótima fonte de informação, de estar atento as ações e eventos promovidos pela PMS e não menos importante para obter alguma informação ou tirar dúvidas de forma rápida em relação a essas ações e procedimentos da prefeitura, como aconteceu em grande volume com a vacinação da COVID 19, confirme relato do entrevistado 1. Os gestores da prefeitura de Salvador avaliam que o engajamento das redes sociais é considerado muito satisfatório e que suas postagens além de conseguirem atingir uma parcela significativa da população, cumpre o objetivo proposto. Outro dado interessante é que a gestão municipal possui algumas das suas redes, como o facebook e Instagram como as mais curtidas das prefeituras do Brasil. No entanto se percebe um baixo retorno nos comentários e mensagens deixados pela população, o que acaba por desacreditar a ferramenta.

Ratificando esse cenário 92,7% responderam que consideram as redes sociais como uma inovação na comunicação entre a administração pública e a população, 5% que talvez, 0,9% não souberam responder e 1,4% não consideram a ferramenta com uma inovação na comunicação pública e ainda 83% disseram que acreditam que através das redes sociais haja um aumento na aproximação da população com os órgãos públicos e/ou PMS, 10,6% disseram que talvez, 1,4% disseram que não sabem e 5% falaram que não há aumento na aproximação com os cidadãos através das redes sociais da PMS.

Quadro 5.3: Perfil dos seguidores das redes sociais da PMS e percepção das redes sociais da PMS pelos cidadãos

(continua)

Quais Redes Sociais da PMS que você conhece/ segue?	Instagram	Facebook	Twitter	TikTok	Não sei/ Não conheço
Respondentes	76,6% (167)	33,9 (74)	22,9 (50)	23 (10,6)	16,6 (35)
Com qual frequência você acompanha/participa das redes sociais da PMS?	Eventualmente	Diariamente	Não sei/Não acompanho	1 a 2x por semana	Outros
Respondentes	34% (74)	23,4% (51)	20,7% (45)	19,2% (42)	4,7% (8)
Você tem notado um maior engajamento na Redes Sociais da PMS	Sim	Não Sei	Talvez	Não	
Respondentes	59,7 (130)	20,2% (44)	11,5% (25)	8,8 (19)	
Considera que as Redes Sociais são uma boa fonte de informação e interação com os cidadãos?	Sim	Talvez	Não sei/Não conheço	Não	
Respondentes	94,1% 206	4,6% 10	0,9% 2	0	

Quadro 5.3: Perfil dos seguidores das redes sociais da PMS e percepção das redes sociais da PMS pelos cidadãos

(conclusão)

Considera as redes sociais como uma inovação na comunicação entre a administração pública e a população.	Sim	Talvez	Não	Não sei	
	92,7% 202	11%5	1,4% 3	0,9% 2	
Acredita que através das redes sociais haja um aumento na aproximação da população com os órgãos públicos e/ou PMS?	Sim	Talvez	Não	Não sei	
	83,1% 181	10,5% 24	5% 11	0,9% 2	

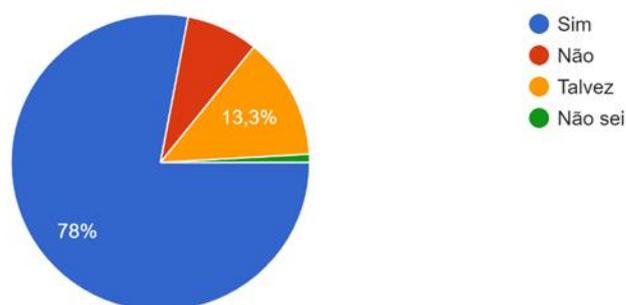
Fonte: Elaborado pelo autor.

Em 2014, o Marco Civil da Internet, definiu o acesso à internet como essencial ao exercício da cidadania no Brasil ratificando o entendimento da Organização das Nações Unidas (ONU) em 2011, que definiu a conectividade como um direito fundamental. De forma global a internet é vista como um serviço tão imprescindível quanto a eletricidade, no entanto muitas ainda são as barreiras ao acesso. Segundo a última pesquisa TIC Domicílios, do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), o Brasil tem 126,9 milhões de usuários de internet, concentrados nos grandes centros urbanos e entre pessoas de maior poder aquisitivo e Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) de 2019 que, no quarto trimestre de 2019, pesquisou o acesso à Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), o percentual de domicílios em que havia utilização da internet subiu de 79,1% para 82,7% de 2018 para 2019.

Apesar do entendimento da ONU sobre o acesso universal a internet, na realidade de Salvador, como apontado nesta pesquisa, percebe-se que falta de conexões com a internet de qualidade (WIFI) em locais públicos afeta a utilização desse canal pelos cidadãos, sendo ainda uma barreira a esse “acesso universal”. Desta forma 78% dos entrevistados afirmaram que sim e concordam que a conexão afeta a aproximação da rede (Figura 5.3), assim pode-se depreender que pode ser um meio para exclusão desses cidadãos, quando os mesmo por não terem acesso, não conseguem se informar da ações da prefeituras, sejam de cunho social, profissional entre outros e também não conseguem opinar nas decisões e políticas expostas e planejadas pela prefeitura. Esse Cenário se agrava a medida em que estamos falando de uma capital, 4º maior do País em população segundo do IBGE e uma cidade com forte apelo turístico, sendo a 3º mais visitada do País segundo a revista veja nos primeiros 6 meses de 2021.

Figura 5.3: Conexão com a internet na opinião do cidadão, 2021 em Salvador/BA
7- Acredita que a falta de conexões com a internet de qualidade(WIFI) em locais públicos afeta a utilização desse canal pelos cidadãos?

218 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor.

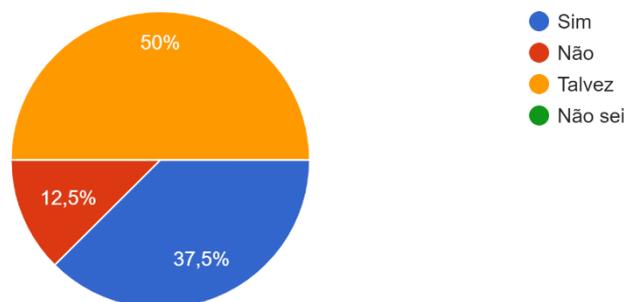
De acordo com a PNAD (2019), 40 milhões de brasileiros não têm acesso à internet. Já quando observamos os brasileiros das classes D e E, menos da metade (48%) têm acesso. Podemos inferir que os que estão sem acesso à internet são prejudicados de forma mais acentuada durante a pandemia, pois não possuem um meio que os permita manter contato com outras pessoas, realizar atividades laborais e de lazer e buscar informações sobre temas de seu interesse de maneira fácil e barata, principalmente quando confinados em casa (Andrew, 2020).

Algumas iniciativas já foram implantadas no âmbito estadual, pois segundo a SECOM 2021, o Governo do Estado considera a internet (WIFI) gratuita como estratégia estruturante, transversal e fundamental para o desenvolvimento econômico e social da Bahia, como a promovida pela projeto favela on que é um dos maiores projetos de conectividade já realizado no Brasil, onde de acordo com Ronald Castro, coordenador da Cufa Sussuarana, tem como objetivo democratizar o acesso e dar instrumentos para que os residentes dos bairros também retomem suas atividades, superando o isolamento digital. Esse projeto é importante pois através da utilização da tecnologia WIFI em praças, prédios públicos e em comunidades a administração pública poderá conhecer e entender melhor as demandas da população, gerando um canal ativo de participação popular, criando uma cultura de internet local. Além disso no futuro, essas informações podem, inclusive, servir de base para a criação de projetos e políticas públicas. Há ainda a expectativa para despertar as pessoas em relação a área de ciência, tecnologia e inovação, e incentivar o uso das redes sociais para que fiquem por dentro das ferramentas digitais do Governo em que estão inseridas, podendo assim serem mais conscientes de seus deveres, obrigações, fiscalizando e cobrando de forma mais ativa e consciente dos seus gestores e representantes.

Já no Âmbito Municipal, na gestão anterior, foi implantado o projeto Conecta Salvador que tem como objetivo conectar pessoas, em diversos locais da cidade, levando ao cidadão inclusão digital, acesso aos serviços e ações da gestão municipal. Segundo dados da SEMGE somente entre março de 2018 até janeiro de 2019, o projeto Conecta Salvador registrou mais de um milhão de acessos e nove terabytes trafegados e que a rede já está presente em mais de 15 bairros da cidade do Salvador.

Pudemos notar através das respostas da população que a maioria acredita que a falta de conexões com a internet afeta a utilização dos serviços públicos online em especial a utilização da ferramenta das redes sociais, principalmente porque segundo a PNAD boa parte dos usuários são de classes sociais baixas. Por outro lado, os gestores em sua maioria não acreditam que essa limitação do acesso à internet possa influenciar na utilização dessa ferramenta, conforme mostrado na Figura 5.4.

Figura 5.4: Conexão com a internet na opinião dos gestores da rede, 2021 em Salvador/BA
4- Acredita que a falta de conexões com a internet de qualidade(WIFI) em locais públicos afeta a utilização desse canal pelos cidadãos?
8 respostas



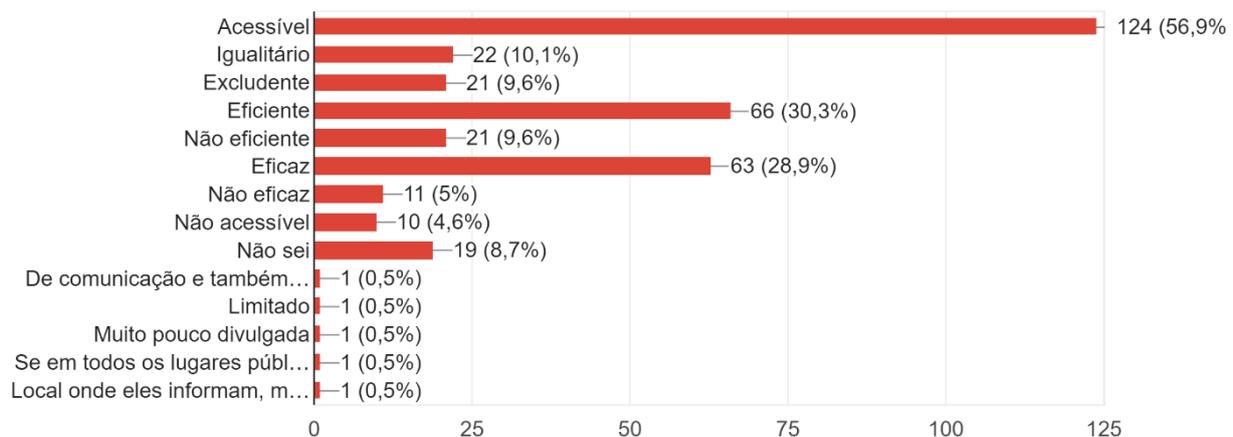
Fonte: Elaborado pelo autor.

Para a pergunta abaixo foram abertas caixas para respostas múltiplas onde 275 respostas classificaram as redes sociais como acessível; igualitária; eficiente e/ou eficaz. Por outro lado 64 dos participantes classificaram as redes sociais como excludentes; não eficiente; não eficiente; Não acessível e/ou limitado. Houve ainda 19 pessoas que não souberam responder, conforme demonstrado no Figura 5.5.

Figura 5.5: Classificação dos cidadãos sobre as redes sociais, 2021 em Salvador/BA

8-Na sua opinião, as Redes sociais da PMS são um canal de comunicação?

218 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor.

Segundo o dicionário Houaiss, a definição de acessível é aquilo que se pode atingir, alcançar ou obter facilmente; já o conceito de igualitário é aquilo que promove ou de que resulta igualdade seja ela de direitos, deveres, privilégios e/ou oportunidades entre indivíduos. Por outro lado, os conceitos de inacessível e excludentes significam exatamente o contrário do que foi dito acima.

Eficácia é uma medida normativa do alcance dos resultados, enquanto eficiência é uma medida normativa da utilização dos recursos nesse processo. A eficiência é uma relação entre custos e benefícios e está voltada para a melhor maneira pela qual as coisas devem ser feitas ou executadas a fim de que os recursos sejam aplicados da forma mais racional possível (Chiavenato, 2004).

Eficácia é, portanto, basicamente, a preocupação maior com o atingimento dos objetivos desejados por determinada ação governamental, independente dos meios e mecanismos utilizados para atingir esses objetivos. Já eficiência vai além do simples alcance dos objetivos propostos, é deixar explícito como esses foram atingidos. Existe claramente a preocupação com os caminhos percorridos para obtenção do êxito da ação governamental, e é preciso buscar sempre os meios mais econômicos e viáveis, utilizando a racionalidade econômica que busca maximizar os resultados e minimizar os custos, ou seja, fazer o melhor com menores custos, gastando com inteligência os recursos pagos pelo contribuinte (Torres, 2004).

Efetividade dos três conceitos é o de entendimento mais confuso, pois aqui a preocupação principal é averiguar a real necessidade e oportunidade de determinadas ações estatais, deixando explícito que setores são beneficiados e em razão de que outros atores sociais. Essa pesquisa da necessidade e oportunidade deve ser a mais democrática,

transparente e responsável possível, buscando sintonizar e sensibilizar a população para a implementação das políticas públicas. Este conceito não se relaciona estritamente com a ideia de eficiência, que tem uma conotação econômica muito forte, haja vista que nada mais impróprio para a administração pública do que fazer com eficiência o que simplesmente não precisa ser feito (Torres, 2004).

Sendo Assim, algo que não é eficiente, eficaz e efetivo é algo que não foi feito de forma correta (da melhor maneira possível), não obtendo racionalidade econômica, não atingiu as metas e políticas definidas e não resultou em transformação social; melhoria da qualidade de vida ou bem-estar dos cidadãos. Pois essa foi uma das percepções dos cidadãos quando essas opções foram destacadas em 35,2 % ou 65 das respostas (Figura 5.5). No entanto 100% dos gestores consideram as redes sociais da PMS como acessíveis, Iguatárias, eficientes, eficazes e efetivas.

Quadro 5.4: Percepção dos cidadãos no engajamento das redes sociais da PMS, 2021, Salvador/BA

Acredita que pode obter alguma informação ou resolver alguma demanda através das redes sociais da PMS?	Sim	Talvez	Não	Não sei
Respondentes	53,9% 120	30,6% 68	10% 23	3,2% 7
Acredita que com o aumento do número de feedbacks por parte dos gestores das Redes sociais da PMS, isso implicaria em maior confiança e maior utilização pelos cidadãos?	Sim	Talvez	Não	Não sei
Respondentes	73,5% 161	18,3% 41	5,5% 12	1,8% 4
Acredita que através da divulgação de informações, eventos e dados através das redes sociais da PMS isso torne a gestão municipal mais transparente?	Sim	Talvez	Não	Não sei
Respondentes	77,6 169	13,7% 30	8,2% 18	0,5% 1
Acredita que as Redes Sociais da PMS podem ser utilizadas como uma espécie de Ouvidoria Municipal?	Sim	Talvez	Não	Não sei
Respondentes	60,2% 133	23,7% 52	12,3% 27	2,7% 6
Participaria de alguma enquete ou proposta de implementação de políticas públicas no seu bairro/localidade através das redes sociais?	Sim	Talvez	Não	Não sei
Respondentes	72,1% 157	16,4% 36	9,6% 21	1,8% 4

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme o quadro 5.4, 53,7% acreditam que podem obter alguma informação ou resolver alguma demanda através das redes sociais da PMS, 10,6% disseram que não acreditam, 30,7% disseram que talvez consigam, 3,2% não souberam e ainda 1,9% disseram que acreditam que é possível obter informações, mas que não acreditam que seja possível resolver demandas. Já quando os cidadãos foram perguntados se as Redes Sociais da PMS podem ser utilizadas como uma espécie de Ouvidoria Municipal, 61% responderam que sim, 12,4% acham que não; 23,9% que talvez e 2,8% não souberam responder. Por fim, 73% acreditam que o aumento do número de *feedbacks* por parte dos

gestores das Redes sociais da PMS, implicaria em maior confiança e maior utilização pelos cidadãos.

Quando perguntado se participariam de alguma enquete ou proposta de implementação de políticas públicas no seu bairro/localidade através das redes sociais, 72% responderam que participariam; 16,5 não participariam; 9,6% responderam talvez; o que demonstra que esse pode ser um bom caminho para o aumento da participação popular no processo de planejamento e escolha das políticas públicas na cidade.

A maioria dos cidadãos, 77,5% (tabela 4) responderem que através da divulgação de informações, eventos e dados através das redes sociais da PMS isso torne a gestão municipal mais transparente o que reforça a importância da transparência municipal e da divulgação não só de eventos e ações, mas também de informações e prestação de contas através das redes.

Outros 72% (tabela 4) dos respondentes disseram que participariam de enquetes com o intuito de propor políticas públicas na cidade. Sendo assim os cidadãos, através dessas respostas os cidadãos mostram que estão familiarizados com a ferramenta e que estão dispostos a ter uma interação, no entanto ainda falta um estímulo por parte das redes sociais da PMS para que isso venha a acontecer, seja por meio de estímulos, por meio no aumento de respostas, maior número de enquetes, caixinhas, entre outras ferramentas que estão disponíveis nas redes sociais.

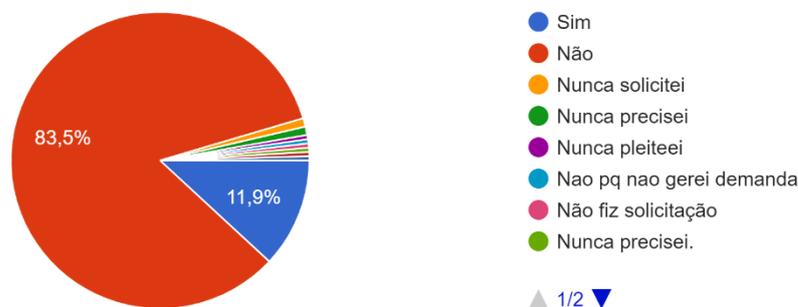
Concluindo, vimos que 61% dos cidadãos acreditam que as redes sociais podem ser utilizadas como um tipo de ouvidoria municipal. Segundo a OGU (2012), por ouvidoria entende-se como um canal de comunicação direto entre o cidadão e o Poder Público. A ouvidoria pública é responsável pelo processo de interlocução entre os cidadãos e os órgãos públicos onde a ouvidoria tem por propósito buscar soluções para as demandas dos cidadãos; oferecer informações gerenciais e sugestões ao órgão em que atua, visando o aprimoramento da prestação do serviço, além de contribuir para a formulação de políticas públicas.

Depreende-se então que as redes sociais da PMS são campo fértil para essa interlocução entre o poder público e o cidadão, pela sua facilidade de acesso, rapidez dos processos e também pelo grande alcance. O que contradiz o entendimento dos gestores que responderam a pesquisa, já que apenas 37,5 deles tiveram esse entendimento, de que as redes sociais da PMS poderiam ser utilizadas como ouvidoria municipal. Por outro lado, o entrevistado 1 ressaltou que inclusive as redes sociais da PMS já são utilizadas como uma espécie de ouvidoria municipal, quando ouve a população e encaminha suas demandas aos setores responsáveis.

Figura 5.6: Percentual de demandas atendidas através das redes sociais da PMS, 2021, Salvador, BA

13- Já teve alguma solicitação ou demanda atendida através das redes sociais de Salvador?

218 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor.

A figura 5.6 mostra que 83,5% dos entrevistados nunca tiveram demandas atendidas, 11,9% já tiveram algum tipo de demanda respondida e/ou atendida e 4,6% nunca fizeram nenhuma solicitação através das redes sociais da prefeitura, ou seja, dos 218 participantes da pesquisa, 202 nunca interagiram dessa forma com essa ferramenta da PMS. O que mostra que a ferramenta está sendo subutilizada. Apesar das páginas das redes sociais terem grande quantidade de seguidores e um número expressivo de visualizações, poucos são os cidadãos que interagem fazendo solicitações, reclamações, tirando dúvidas, sugestões, entre outras funcionalidades que a ferramenta permite, seja por falta de confiança na ferramenta, seja por não acreditar que possam ter um *feedback* ou resposta a sua demanda ou simplesmente porque não são estimulados a fazer, o que já é de entendimento dos gestores pois apenas 62,5% (5) deles acreditam que os cidadãos se sentem seguros e confiantes para interagirem com as redes sociais da PMS e os mesmos também responderam que apenas os comentários ou solicitações mais relevantes são respondidos ou que há uma programação de tempo e/ou número definido diário de respostas.

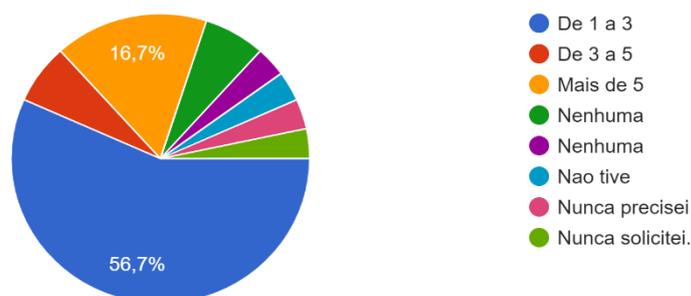
Para ratificar o que foi demonstrado no gráfico acima vimos que 98 dos cidadãos não acreditam que podem ter alguma solicitação ou demanda atendida pela Prefeitura de Salvador, quando as solicitações ou demandas são feitas através das redes sociais. Reforçando essa ideia 73,4% dos respondentes (cidadãos) acreditam que se houvesse um aumento no número de retornos por parte da equipe das redes sociais, isso implicaria em maior confiança e maior utilização e interação com as redes sociais da PMS.

Dos cidadãos que já tiveram as demandas atendidas (26), 17 tiveram de 1 a 3 demandas atendidas, 2 tiveram de 3 a 5; e 5 tiveram mais de 5 demandas atendidas, conforme o gráfico abaixo, o que ratifica a ideia de que os *feedbacks* por parte da

ferramenta estão sendo insuficientes para que se crie essa cultura de interação entre prefeitura e cidadão, conforme Figura 5.7.

Figura 5.7: Quantidade de demandas atendidas através das redes sociais da PMS, 2021, Salvador/BA

Quantas vezes?
30 respostas

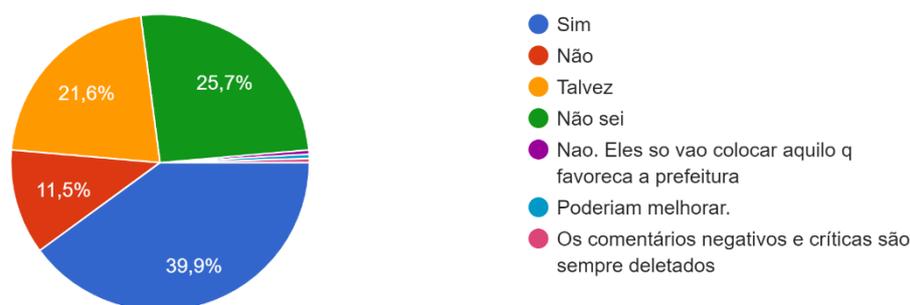


Fonte: Elaborado pelo autor.

Quando perguntado se as Redes sociais da Prefeitura de Salvador são bem geridas, 39,9% responderam que são bem geridas; 21,6% disseram que talvez sejam bem geridas; 25,7% não souberam responder e 13% responderam que elas não são bem geridas, (Figura 5.8). O que está em consonância com o que acham os gestores pois 75% responderam que elas são bem geridas e são um modelo ideal e 25% responderam que ainda podem melhorar.

Figura 5.8: Percepção dos cidadãos sobre a gestão das redes sociais da PMS, 2021, Salvador/BA.

14- Acha que as Redes sociais da Prefeitura de Salvador são bem geridas?
218 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor.

Já em relação a linguagem que deveria ser adotada pelas redes sociais da PMS 28,4% dos respondentes disseram que ela deve ser formal ante 26,1% que acham que a linguagem deve ser informal, 29,4% falaram ainda que a linguagem adotada deve ser bem-

humorada e 66,5 dos participantes disseram que a linguagem deve ser adaptada de acordo com o tema abordado. Houve ainda 2,3% dos entrevistados que não souberam ou não responderam e 1,8% disseram que a linguagem deve ser acessível, simples e de fácil compreensão (Quadro 5.5).

Em relação a abrangência das redes sociais 40,4% responderam que gostariam de ver as redes sociais para a cidade como um todo como é utilizada hoje; 24,8% responderam que gostariam de ver por bairros/região; 23,4% disseram que deveria por órgãos/secretárias; 8,7% que cada prefeitura bairro deveria ter a sua rede social e 2,8 não souberam responder (Quadro 5.5).

Em relação aos assuntos que as pessoas gostariam de ver nas redes sociais os mais citados foram: políticas públicas 71,1%; eventos 48,6; prestação de contas 67,4%; informações do dia a dia 68,3%; foram citadas ainda saúde, segurança e educação por 0,9%; 1,5% (Quadro 5.5), falaram que as redes sociais devem tratar de todos os assuntos e ainda 1 pessoa respondeu que deve focar também nos assuntos relacionados aos animais e proteção animal. Através dessas respostas ratificamos a ideia discutidas nos parágrafos anteriores de que os cidadãos querem sim ter acesso também a prestação de contas, políticas públicas, e assuntos inerentes a gestão da cidade e não somente informações sobre eventos e do dia a dia.

Em relação ao formato 187 pessoas responderam que deve ser em vídeo; 143 em texto; 54 em áudio; 64 em charges; 120 através de enquetes; 2 podcasts; 3 todos (Quadro 5.5).

Já como seria uma rede social ideal 156 dos entrevistados responderam que a rede deve ser informativa; 184 participativa e informativa; 66 por bairro; 29 gerida pelos cidadãos e/ou líderes comunitários (Quadro 5.5).

Quadro 5.5: Modelo ideal de redes sociais segundo os cidadãos, 2021, Salvador/BA
(continua)

Qual a linguagem que deve ser adotada pelas Redes Sociais da PMS?	Vai depender do tema abordado	Bem humorada	Formal	Informal	Não sei/ Outros
Respondentes	66,2% (145)	29,7% (64)	28,3% (62)	26% (57)	4,1% (9)
Como você gostaria de ver a abrangência das Redes sociais da PMS?	Por órgãos/ Secretárias	Para a cidade como um todo	Por Bairros/ Regiões/Pref. Bairro	Não sei	
Respondentes	23,3% (51)	40,6% (88)	33,4% (73)	2,7% (6)	
Quais assuntos gostaria de ver/participar nas Redes sociais da PMS?	Políticas Públicas	Informações do dia-a-dia	Prestação de contas	Eventos	Outros
Respondentes	71, 2 % (155)	68% (149)	67,1% (147)	48,4% (106)	2,9% (6)

Quadro 5.5: Modelo ideal de redes sociais segundo os cidadãos, 2021, Salvador/BA
(conclusão)

Qual formato de publicação gostaria de ver nas Redes Sociais da PMS?	Vídeo	Texto	Enquete	Charges	Áudio
Respondentes	85,8% (187)	65,3% (143)	54,3% (120)	29,2% (64)	24,7% (54)
Na sua opinião, como seria uma rede social ideal para uma prefeitura?	Participativa/ Interativa	Informativa	Por bairros	Gerida pelos cidadãos/ Líderes comunitários	Não sei / outros
Respondentes	84,5% (184)	71,2% (156)	30,1% (66)	13,8% (30)	1% (2)

Fonte: Elaborado pelo autor.

A tabela 5 nós dá um visão macro de como seria um modelo ideal de rede social segundo os cidadãos. Na atual conjuntura vemos que nas redes sociais de Salvador a linguagem predominante é a informal e bem-humorada, que ela tem abrangência para a cidade como um todo, não incluindo as divisões por regiões administrativas e por órgãos/secretárias, tem utilizado com predominância o formato em texto e vídeo, o que está em consonância com o que a população deseja, no entanto deixa de lado a comunicação através de charges e enquetes que podem proporcionar uma maior interação com os cidadãos. Sobre os temas, atualmente a PMS tem focado em um tema que é de grande interesse popular que é a vacinação e as informações sobre a pandemia da COVID-19.

A PMS deixa a desejar quando com pouca frequência faz publicações relacionadas a prestação de contas e pedindo a participação popular sobre políticas públicas. Como foi discutido em outros parágrafos os gestores em sua maioria consideram as redes sociais da prefeitura como um modelo ideal, entretanto na visão dos cidadãos ela deve ser ainda mais interativa/participativa; voltada para os bairros e ter a participação de cidadãos e líderes comunitários na sua gestão, tratar sobre temas como prestação de contas e políticas públicas, além de dar muita ênfase para o aumento nas respostas as solicitações da população.

Foi aplicado também um questionário para os gestores e profissionais da secretária de comunicação, que são responsáveis pela funcionalidade e gestão das redes sociais da Prefeitura, englobando a direção de comunicação digital. 8 pessoas responderam os questionários, com idades entre 27 e 43 anos o que demonstra a força de trabalho jovem dessa secretária. Dos respondes 4 eram mulheres e 4 homens, todos com escolaridade em nível superior, sendo 3 desses pós-graduados.

Na percepção dos profissionais que trabalham gerindo e criando conteúdo nas redes sociais da Prefeitura de Salvador as redes são uma inovação na comunicação entre a administração pública e a população, que os principais benefícios são a aproximação com a prefeitura e a maior informação, também que elas são efetivas e proporcionam boa

interação com os cidadãos. Já com relação as dificuldades de acesso pela falta de Wi-fi gratuito em grande parte da cidade, eles ficaram divididos, alguns achando que isso pode afetar o acesso e a inclusão e alguns acreditando que esse cenário não interfere diretamente na falta de acesso por parte dos cidadãos. Todos as respostas também apontam para a visão de que no longo prazo as redes sociais serão o maior e mais eficaz meio de comunicação entre a prefeitura e os cidadãos, e que as redes sociais são uma das ferramentas mais importantes para a modernização administrativa e desburocratização das informações públicas, e ainda, acreditam que os cidadãos se sentem seguros e confiantes em interagir com as redes sociais da PMS.

Quando foi discutido em relação as políticas de inclusão da população mais carentes na utilização das redes sociais as principais alternativas citadas foram: O aumento da rede WIFI gratuita; mais postagens com linguagem popular e senso de humor; Postagens sobre temas de apelo social e de minorias e Estratégias de Marketing. Já em se tratando no aumento de transparência municipal a maioria respondeu que a melhor forma para isso é através da divulgação de dados/informações e também do aumento da interação com os cidadãos.

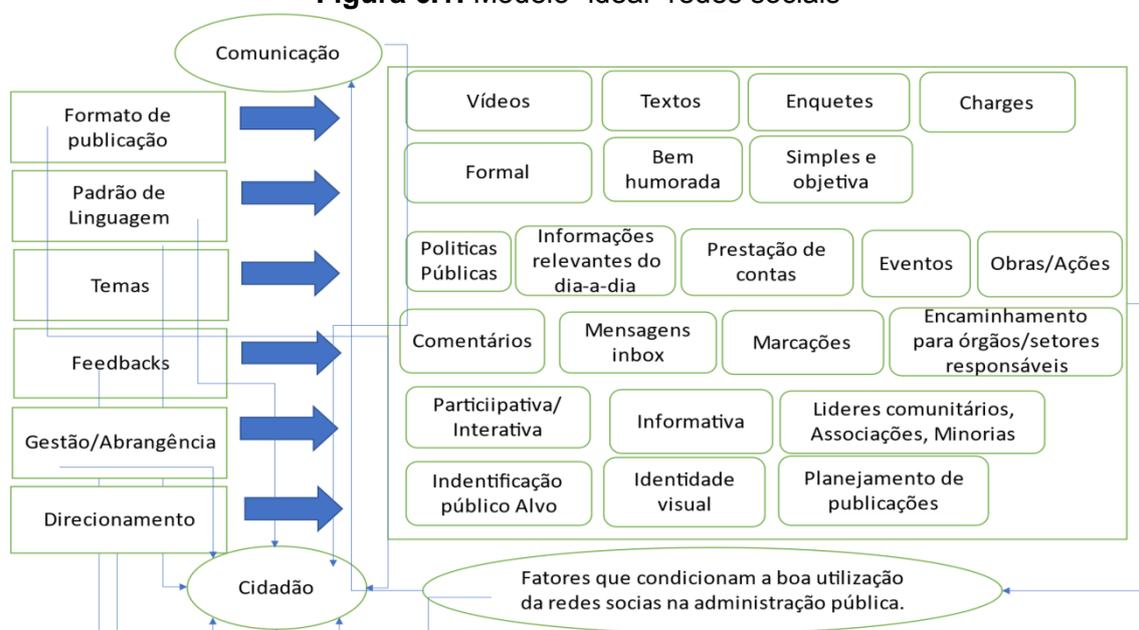
No que diz respeito aos custos para a manutenção e gestão das redes sociais, embora muitos dos respondentes não tenham acesso a essas informações, a maioria considera que a PMS tem um médio custo para essa ferramenta. Acrescentaram ainda que todos os dias são feitas diversas postagens nas redes sociais, inclusive que as ideias e temas relevantes que surgem são publicados no mesmo dia ou de acordo com a programação previamente definida, que não conseguem responder a toda a demanda por falta de pessoal, e que os *feedbacks* se dão através dos comentários e mensagens mais relevantes, ou através de uma programação de resposta diária.

Para os gestores e profissionais da PMS o sucesso das redes sociais da administração municipal se dá principalmente pela criação de um núcleo especializado para a comunicação digital (redes sociais); A linguagem utilizada e a gestão. Eles definiram também as redes sociais da PMS como um canal de comunicação acessível, eficaz e eficiente e que o modelo utilizado pela PMS é um modelo de utilização próximo do ideal mas que ainda pode melhorar.

6 Contribuições para a Prática de um Modelo Ideal de Utilização das Redes Sociais

Na resposta da pesquisa pelos cidadãos pudemos observar a importância das variáveis abaixo (Figura 6.1) para que as redes sociais sejam melhor aproveitadas ou utilizadas na gestão municipal. Os fatores tecnológicos, como inovação, diversidade das redes sociais e a criação de um núcleo especializado, já que na opinião deles, a diversidade de redes sociais ajuda que os conteúdos cheguem de formas diferentes a diferentes classes sociais, fazendo com que todos tenham acesso através da utilização das redes sociais que mais tem afinidade. Por outro lado, os gestores atribuem o alto engajamento das redes sociais da PMS e até o seu “sucesso” devido a inovações tecnológicas e também a criação de um núcleo especializado voltado exclusivamente para elas.

Figura 6.1: Modelo “ideal” redes sociais



Fonte: Elaborado pelo autor.

Na variável comunicação os cidadãos se mostraram satisfeitos com a linguagem utilizada pelo município, onde na maioria das vezes utilizam de vídeos e postagens bem-humoradas para chamar a atenção da população. Os gestores também informaram que fazem várias postagens diárias e que as publicações são postadas quase que de imediato quando surge algum assunto ou tema específico, o que ajuda a fazer com a rede esteja sempre tendo conteúdo novo e maior visualização com o passar do tempo.

Já no que diz respeito a Gestão, a pesquisa demonstrou que a opinião dos cidadãos diverge em alguns pontos da opinião dos gestores das redes, já que eles acreditam que as mesmas são redes ideais ou que estão caminhando para tal, no entanto apenas 40% dos cidadãos as consideram como bem geridas, e quase 30% julgaram que não são eficientes,

efetivas e eficazes. Em relação aos custos, os gestores acreditam que a administração local tem um custo médio para gestão e manutenção das redes, o que aponta para um bom custo x benefício. Outra questão importante em relação a gestão é que a população acha que os *feedbacks* através das redes sociais são insuficientes e não passam confiança por só responderem o que convém a instituição, já os administradores das redes justificam que não tem pessoal suficiente para responder toda a demanda. O que vai contra o entendimento de Graham e Avery que defendem que os governos locais que permitem a comunicação aberta em suas páginas de redes sociais e a troca de informações e ideias, devem incorporar a mídia social em seus planos de comunicação de formas envolventes e devem envolver os cidadãos postando regularmente e tornando suas opiniões relevantes, diz ainda que os governos devem integrar sua presença nas mídias sociais com seus sites, devem monitorar sistematicamente as abordagens das mídias sociais para avaliar a eficácia e devem considerar as expectativas dos cidadãos como motivações para o uso das mídias sociais, priorizando responder às expectativas do público (Graham & Avery, 2013).

Por fim, na variável cidadão fica claro através das pesquisas que eles gostam e estão dispostos a interagir com as redes sociais, acreditam que as redes sociais são uma ótima forma de se aproximarem da gestão municipal e encaram a rede social como uma inovação nesse processo, no entanto não o fazem em maior volume, por não se sentirem seguros se vão ter suas solicitações atendidas ou dúvidas esclarecidas. Outro agravante para um menor engajamento segunda a pesquisa é a falta de acesso gratuito a rede WiFi em grande parte da cidade, aliada a isso existe também a percepção por parte desse público de que as redes são excludentes, não acessíveis e ineficientes.

Vale ressaltar, nesse contexto, que a digitalização deve fazer parte do debate público do governo com o Congresso e a sociedade civil, em vez de ter uma abordagem enquanto mera questão de melhoria administrativa. Assim, outro ponto importante no desenho e implementação de estratégias de digitalização é a ação coordenada e integrada entre diferentes áreas do governo (Alston, 2019).

6.1 Recomendações e Sugestões para os Gestores Públicos no Processo de Comunicação Digital com os Cidadãos

O objetivo aqui é propor um plano de ação que norteie os gestores públicos para a implementação e/ou reestruturação da utilização das redes sociais nas administrações públicas locais (prefeituras). Para isso, seguem abaixo, algumas recomendações/sugestões e um modelo de gráfico (figura 3) para a otimização da ferramenta.

Leitura, interpretação e entendimento do Guia de atuação do Senado nas mídias sociais, versão 2.0 onde foram estabelecidas diretrizes para o uso seguro das redes sociais na administração pública.

Colocar os cidadãos no centro da co-criação, implementação e avaliação de políticas públicas digitais, considerando as diferenças de renda, idade, escolaridade e localização geográfica existentes, para que, com isso, desafios reais possam ser antecipados e previstos no design dos serviços.

Garantir que a digitalização de serviços e os atendimentos via redes sociais sejam acompanhadas por pessoal qualificado, e encaminhado para os setores responsáveis, além de opções de atendimento off-line adequadas e de programas voltados a promover a literacia digital e o acesso à Internet e dispositivos.

Treinamento de todo o pessoal da prefeitura que faz a gestão e acompanhamento das redes sociais, a fim de que tenham maior know-how e assertividade na coleta, análise, interpretação, visualização e monetização de dados provenientes dessas plataformas, além do aprimoramento na utilização de softwares como Stiling, V-Tracker, Netylic.

Aumentar contingente de pessoal para trabalhar criando conteúdo para as redes sociais, debater temas de interesse, respondendo a população e fazendo a triagem e encaminhamento das solicitações da população.

Proporcionar que cada órgão ou secretária tenha uma rede social independente, onde possa haver, telefones uteis, informações dos bairros, interação com os cidadãos, enquete para realização de obras, ações, eventos, atendendo ao tocante da participação, debate de políticas públicas, cadastro de líderes comunitários, entre outros. por exemplo, a secretária de saúde, que pode informar os boletins diários da COVID, locais de vacinação, campanhas de doação de sangue, entre outros temas importantes para a pasta e a rede social da prefeitura geral, repostaria as publicações das redes dessas secretárias. Pois o que se observa hoje são órgãos e secretárias que tem redes sociais fortes, e outras com pouca utilização e algumas secretárias que nem se quer utilizam a ferramenta.

Garantir que no curto prazo pelo menos 50% das demandas sejam respondidas e no médio prazo aumentar esse percentual para 100% o que trará mais confiança para a utilização da rede e conseqüentemente maior utilização e engajamento. Além das respostas os apoiadores que já estavam fidelizados, sempre dar atenção especial aqueles que fazem críticas construtivas e em alguns casos até os mais agressivos com o intuito de “desarmar” e buscar a conversão da opinião ali externada.

Explorar as redes e utilizar as ferramentas disponibilizadas pela própria rede social, no caso do Instagram, os stories, reels, stories interativos (quiz, enquete, caixa de pergunta) para ampliar o alcance e crescimento orgânico da página.

Postar conteúdos relevantes com uma linguagem simples e objetiva; Diversidade nos formatos de publicação, tipo, foto, card, vídeo, charge, enquete; hashtags, localização; Postagens periódicas (planejamento de postagens), e também explorar publicações com conteúdo humanizado (população beneficiada com determinada obra ou ação).

Monitorar e avaliar todos os conteúdos publicados, a fim de se identificar o melhor horário para postagens, quais publicações tiveram maior engajamento (tema, linguagem, tipo), classificar os comentários (positivo, negativo, neutro), mensurar quantitativo de novos seguidores oriundos da postagem.

Utilização de publicações patrocinadas e parcerias com digitais influencers para alavancar o alcance e engajamento das publicações.

6.2 Limitações da Investigação

- Dificuldade em obter respostas da população com níveis de escolaridade fundamental e sem instrução devido a dificuldade de acesso dessa parcela da população a conexão com a internet e conseqüentemente as redes sociais.
- Pouca adesão dos gestores no atendimento a respostas dos questionários.
- Impossibilidade da realização de entrevista com secretária da pasta de comunicação da prefeitura de Salvador (entrevistada 2).

6.3 Sugestões de Investigação Futura

- Traçar um comparativo do uso das mídias sociais e mídias tradicionais pelas prefeituras municipais;
- Fazer um comparativo entre a utilização das mídias sociais da cidade de Salvador em relação a outra capital Brasileira e com o governo do Estado.
- Propor um estudo sobre a utilização do whatsapp como ferramenta de atendimento pelas Prefeituras municipais e demais órgãos da administração pública.
- Avaliar a redução de custos, caso exista, e o impacto nos orçamentos das prefeituras com o uso de redes sociais.
- Explorar com maior profundidade a percepção dos gestores e seu entendimento sobre a efetividade da utilização dessas redes.

Conclusão

Os princípios Weberianos de governança burocrática estão pouco a pouco sendo substituídos por tendências de uma governança em rede horizontal, linear e dinâmica, porém a burocracia continua a ser uma ferramenta importante para padronizar o atendimento aos cidadãos, facilitar a identificação de responsabilidade e ter normas e procedimentos bem definidos. Estudamos Alguns modelos administrativos e vimos que a Administração não vai na contramão do que é pensando no privado e caminha junto com a tendência atual que é cada vez mais estar inserida em um contexto digital, através das TICs, facilitando a dinâmica de vida, tendo rapidez e eficiência nos processos e nas respostas, e gerir várias demandas em concomitância.

Existe um abismo enorme entre o público e o privado, nesse sentido os pesquisadores são inertes a este fenômeno, talvez por conta da dificuldade de se criar ou pensar um modelo que esbarre em uma forte legislação e em desprestígio político. De certo é que faltam estudos e a literatura sobre o tema o que dificulta muito o avanço de criação de algum output nesse sentido, visto a falta de dados técnicos e pesquisas científicas acerca desse campo.

A transformação e modernização da Administração Pública tem sido pauta de inúmeras discussões e é uma das preocupações basilares de diversos governos. Essa tendência de digitalização, seja nas atividades do dia a dia, seja nos processos de comunicação e transparência não podem parar agora já que os cidadãos vivem em plena era digital e tem cada vez mais consciência do seu papel junto aos governos e a sociedade e estão sempre atentos e exigente a políticas e serviços nesse sentido. Ainda há um longo caminho a percorrer em busca da transformação em uma sociedade digital nesses dois cenários, mas com investimento em infraestrutura tecnológica, educação, políticas públicas e legislação nesse tocante, essa caminhada pode vir a tornar-se mais rápida.

Este estudo mostra, primeiro, que o processo de e-participação, principalmente no que diz respeito a utilização das redes sociais é influenciado pelos interesses e ações dos diferentes atores (Gestores públicos, Políticos, Cidadãos e demais *Stakeholders*) como afirmado por Hardy e Phillips (1998). No caso das prefeituras, já existe um sistema político que tem autoridade para apoiar o sistema existente e defender os interesses particulares. Os experts técnicos têm o poder de definir o processo participativo e de controlar as informações. Desta forma, as relações de poder ficam enraizadas e difíceis de mudar, porém a interação entre os atores pode influenciar a dinâmica de poder (Rodriguez, 2007).

A verdade é que não basta estar apenas online. Não basta estar presente nas plataformas digitais, ter websites, mas não ter nenhum planejamento e nem aplicar nenhuma estratégia digital. Também existem barreiras para os gestores públicos quando

não utilizam ferramentas inteligentes para realizar de forma eficiente e eficaz a comunicação com os cidadãos e suas atividades rotineiras. A utilização das mídias sociais digitais é uma tendência cada vez mais utilizada nas organizações privadas que se fortaleceu e consolidou com o cenário da pandemia e o aumento do *home office*, e as redes sociais são um excelente instrumento para se aproximar da população, ouvi-los e informar. Então as gestões públicas devem buscar alternativas jurídicas e/ou gerenciais para que possam adotar e utilizar essa ferramenta com maior assertividade, pensando e propondo um modelo ideal já que o uso das redes sociais para a governança e transparência já estão cada vez mais rotineiros.

Pereira (2003) reforça que o planejamento estratégico é função explícita do Estado. O planejamento governamental, portanto, além de um instrumento da ação pública, deve ser visto como uma imposição constitucional. Isso está explícito na Constituição Federal de 1988, por meio de vários dispositivos, que lhe conferem caráter imperativo, ao estabelecer a obrigatoriedade de formulação de planos, de forma ordenada e sequencial, para viabilizar o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, que buscam atingir o progresso econômico e social.

Sendo assim, o setor público enfrenta limites, alguns muitas vezes intransponíveis, para implantar os instrumentos de comunicação e troca de informações utilizados pela iniciativa privada, justamente devido ao robusto arcabouço jurídico existente nesse tocante que deve ser seguido. O próprio processo de elaboração do planejamento estatal tem especificidades que o distingue das empresas. Um dos aspectos fundamentais de toda a ação pública relacionada com o planejamento é a publicidade e transparência que deve ser observada por toda a administração pública direta, indireta ou fundacional, de qualquer um dos poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

De acordo com Castells (2005), já são muitos os esforços da comunidade acadêmica para se compreender a questão da sociabilidade nas redes digitais e as consequências culturais dessa nova forma de interação social pois é sabido que esse processo já está totalmente imerso na sociedade informacional que estamos nos tornando e contribuindo para uma nova forma de organização social.

Para Storch (2007), as redes sociais nos dias atuais são imprescindíveis para o fluxo de informações, para a construção do conhecimento e para a difusão de ideias e opiniões, sendo que o domínio das técnicas de análise dessas redes pode contribuir de forma significativa na formação de equipes para processos de inovação, inteligência de mercado, gestão administrativa, comunicação e tomada de decisão.

Portanto, avançando nesse sentido é imprescindível que a administração tente rever e flexibilizar os seus mecanismos a fim que se possa adequar a nova realidade a qual estamos vivendo, de cada menos contato presencial, trabalho remoto, otimização dos

processos e modernização dos processos administrativos para que se possa ter celeridade e assertividade nesses processos, proporcionando assim vantagens em relação a tempo, custos, processos e participação popular para as organizações públicas. Posto isso, mais do que uma ferramenta de fomento aos relacionamentos interpessoais, as redes sociais têm se mostrado um precioso meio de comunicação entre organizações e seus públicos. A administração pública também tem projetado esta ferramenta, numa tendência de aproximar os gestores dos cidadãos, tornando o fluxo de informações mais positivo e eficiente.

Por outro lado, este trabalho indica mecanismos que podem ser utilizados pelos cidadãos para ter uma participação eletrônica mais ativa. O cidadão pode se beneficiar, se for capaz de perceber o espaço eletrônico como um recurso potencial, que pode ser usado para sua vantagem. Desta forma, este estudo apresenta o potencial de uma maior efetividade na ação pública, combinada a uma participação mais ampla da sociedade no planejamento e na formulação das políticas públicas. Os achados também podem ser utilizados para propor melhorias na elaboração de plataformas de participação, com o propósito de ampliar a relação entre governo e cidadão, por meio das TIC (Coelho, 2018).

Esta pesquisa pode ser útil para gestores públicos que visam melhorar a compreensão sobre o uso de tecnologias para auxiliar na elaboração de políticas públicas, a partir da participação dos cidadãos. O governo tem o poder de posse para decidir sobre o processo de participação eletrônica. Este trabalho demonstra que as práticas governamentais podem induzir a mudança na política, ao alterar as estruturas de comunicação, interação e aproximação com os cidadãos, a partir do design da plataforma a ser disponibilizada, das suas publicações e das suas interações. Por outro lado, podem manter as estruturas já existentes projetando plataformas menos interativas, a fim de que não se tenha uma maior participação popular na tomada de decisão. Sabendo disso, os gestores públicos podem se beneficiar, se forem capazes de mobilizar recursos potenciais e transformá-los em uso, para criar plataformas de participação que resultem na legitimação da política ou no empoderamento do cidadão, para a construção da política pública. Além disso, ao compreender as práticas de participação tecnológicas e o uso dos recursos, os gestores públicos podem se beneficiar dos achados para reconhecer e usar recursos para influenciar o processo de e-Participação e elaboração de políticas públicas.

No governo, o monitoramento e análise de mídias sociais pode subsidiar e desencadear a elaboração de políticas públicas, pois permite uma avaliação rápida e de baixo custo das opiniões, atitudes e sentimentos das pessoas, permitindo ainda a identificação de diferenças entre os mais diversos grupos de cidadãos e de líderes de opinião digitais geralmente associados aos *stakeholders*. Além disso, ajuda a entender a evolução temporal da atitude pública, seu sentimento, contra questões políticas/tópicos de interesse, e a identificar novas questões/tópicos relevantes e tendências na sociedade

(Androutsopoulou, Charalabidis e Loukis, 2015). Já Danis *et al.* (2009), considera que os governos locais podem utilizar essas plataformas para monitorar e resolver problemas, adquirir recursos e envolver os seus cidadãos em um clima de cooperação para assim conhecer de forma célere e eficiente as demandas populacionais, unindo forças no seu enfrentamento.

Brandão (2009), por sua vez afirma que a comunicação na administração pública Brasileira possui uma natureza essencialmente publicitária, ou seja, tem como maior objetivo divulgar ações e eventos dos governos e utilizar a propaganda para veiculação na mídia o que se faz especialmente através de suas assessorias de comunicação. A utilização das mídias sociais é uma forma de ampliar os canais de comunicação utilizados pelos órgãos públicos, pois, representa uma plataforma de interação com a sociedade, tanto para divulgação de informações públicas e controle social dos atos administrativos, quanto para o monitoramento, avaliação e ação do conteúdo resultante dessa interação (Santos, 2016).

No entanto os achados quanto à interação coadunam com as considerações feitas por Terra (2012), nas quais a autora aponta que, muito embora os usuários no contato com as organizações via mídias sociais queiram ser ouvidos, respondidos e bem tratados em um pequeno intervalo de tempo, o que se apura é que as organizações estão mais dispostas a falar e a se autopromover do que ouvir às suas demandas.

Ainda de acordo com o estudo, viu-se que o setor público tem características próprias que sua comunicação deve atender, especialmente pelas peculiaridades da cultura organizacional: “A valorização da conduta ética, a preocupação com a reputação e a consciência dos deveres de servir ao cidadão são valores que norteiam os gestores de órgãos públicos e explicam as diferenças mais evidentes reveladas na pesquisa” (Santiago *et al.*, 2013, p. 70).

Bibliografia

- Agune, R., & Carlos, J. (2005). Governo eletrônico e novos processos de trabalho. In E. Levy, & P. Drago, (Orgs.), *Gestão pública no Brasil contemporâneo* (pp. 1-16). Fundap.
- Androutsopoulou, A., Charalabidis, Y., & Loukis, E. N. (2015). Using social media monitoring for public policy making: An evaluation. *Proceedings MCIS 2015*, 8. Recuperado de <http://aisel.aisnet.org/mcis2015/8>
- Balbe, R. S. (2010). Uso de tecnologias de comunicação e informação na gestão pública: Exemplos no governo federal. *Revista do Serviço Público*.
- Bekkers, V., Edwards, A., & Kool, D. (2013). Social media monitoring: Responsive governance in the shadow of surveillance? *Government Information Quarterly*, 30(4), 335-342. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.024>
- Bergquist, M., Ljungberg, J., Remneland, B., & Rolandsson, B. (s.d.). *From e-government to egovernance: Social media and public authorities legitimacy work*.
- Bertot J. C., Jaeger, P. T., & Justin, M. (2011). *Grimes college of information studies*. University of Maryland, College Park, Maryland.
- Bertot, J. C., Jaeger P. T., & Grimes, J. M. (2011). *Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government*. College of Information Studies, University of Maryland, College Park, Maryland, USA.
- Bonsón, E. (2010). *Local e-government 2.0: social media and corporate transparency in municipalities*.
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S., & Flores, F. (s.d.). *Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities*.
- Brasil é o maior usuário de redes sociais da América Latina. (2016, junho). *Revista Forbes*. Recuperado de <http://www.forbes.com.br/fotos/2016/06/brasil-e-o-maior-usuario-de-redes-sociais-da-america-latina/>
- Camara, J. D. (2017, setembro). Comunicação pública e governança: Intersecções e caminhos em busca da legitimidade das instituições públicas na contemporaneidade. *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Curitiba, PR, Brasil, 40.
- Canto. (2012). Marketing digital em redes sociais nas empresas de assessoria e consultoria de comunicação. *Revista Administradores*.
- Carvalho, E. J. G. (2009). Reestruturação produtiva, reforma administrativa do estado e gestão da educação. *Educação & Sociedade*, 30(109), 1139-1166. <https://doi.org/10.1590/S0101-73302009000400011>
- Carvalho, R. B., & Santos, G. R. (2017, novembro). Gestão do relacionamento nas mídias sociais: Comparativo entre órgãos públicos de saúde e de cultura no governo eletrônico de Minas Gerais. *Anais do Seminário Tecnologia e Cultura*, 2.
- Castells, M. (2002). *A internet e a sociedade em rede*.
- Chiavenato, I. (2010). *Introdução à teoria geral da administração: Uma visão abrangente da moderna administração das organizações*. Elsevier.
- Coelho, B. (2020). Recuperado de <https://blog.mettzer.com/pesquisa-quantitativa/>
- Coelho, T. R. (2018). *Análise de poder nas plataformas de participação digital e a influência em políticas públicas*. Escola de Administração de Empresas de Fundação Getulio Vargas. São Paulo.

- Comunicação digital no setor público.* (s.d.). WEGOV.
- Conferência Internacional sobre Marketing Estratégico Inovador. (2014). *O impacto das mídias sociais no setor público*. Madri, Espanha.
- Cordeiro, A. et al. (2012, junho). Governo eletrônico e redes sociais: Informação, participação e interação, *RECIIS: R. Eletr. de Com. Inf. Inov. Saúde*, 6(2).
- Daltro, E., & Santos, E. M. (2018). Uso de mídias sociais em prefeituras brasileiras: Transformação Bottom UP? *Congresso Transformação Digital*.
- Dellarmelin, M. L., & Froemming, L. M. S. (s.d.). Vovôs conectados: Análise da utilização das Redes sociais pelos idosos. *Anais da Mostra de Iniciação Científica, Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão*, 15.
- Digital. (2014). Porto Alegre.
- Dreyer, S., & Ziebarth, L. (2014). Participatory transparency in social media governance: Combining two good practices source. *Journal of Information Policy*, 4, 529-546.
- Estratégia de Governança Digital-EGD (2019). *Transformação digital: Cidadania e governo, 2016-2019*.
- Farranha, A. C., & Santos, L. T. (2015). Administração pública, direito e redes sociais: O caso da CGU no Facebook. *Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM*, 10(2). Recuperado de www.ufsm.br/redevistadireito
- Farranha, A. C., Silva, V., Reis, J. C., & Magalhães, T. (2014). Administração pública e redes sociais (Facebook e Twitter): Análise de casos selecionados. *CONSAD*.
- Fragoso, A. I. M. (2017). *A influência das redes sociais nos processos de recrutamento e seleção* (Tese de Doutorado). Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- Freitas, M. C. O. (2017). *As redes sociais utilizadas como ferramentas do recrutamento das PME de excelência em Lisboa* (Tese de Doutorado). Universidade Europeia, Lisboa, Portugal.
- Gonçalves, A. (2005, novembro). O conceito de governança. *Anais do Congresso Nacional do CONPEDI*, Fortaleza, CE, Brasil, 14. Recuperado de <http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/XIVCongresso/078.pdf>
- Governança Corporativa e Boas Práticas de Comunicação.* (2017). IBGC.
- Graham, M., & Avery, E. J. (2013). Government public relations and social media: An analysis of the perceptions and trends of social media use at the local government level. *Public Relations Journal*, 7(4).
- Guimarães, I. J. B., & Sousa, M. R. F. (2014). Acessibilidade em mídias sociais: Uma análise baseada em avaliadores automáticos de acessibilidade. *Anais do Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, UFPB, 15.
- Guimarães, T. A., & Medeiros, P. H. R. (2005). A relação entre governo eletrônico e governança eletrônica no governo federal brasileiro. *Cadernos EBAPE.BR*, 3(4), 1-18. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512005000400004>
- Helloresearch, papo social 2.0: O comportamento do brasileiro nas redes sociais.* (2016).
- Heringer, L. P., Carvalho, R. B., & Leite, R. S. (2019). Governo eletrônico e o uso de redes sociais na comunicação com os usuários do Sistema Único de Saúde (SUS): Estudo de caso do Facebook da Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais. *RAHIS: Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde*, 16(2).

- Hussain, Y. (2014, October). *Social media as a tool for transparency and good governance in the government of Gilgit-Baltistan, Pakistan*.
- Informador. (2015). "Mujeres utilizan más redes sociales que los hombres". *Informador*.
- Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. (2017). *Governança corporativa e boas práticas de comunicação*.
- Jardim, J. M. (2004). Governo eletrônico, gestão da informação e exclusão informacional. *Arquivo & Administração*, 3(2).
- Kniess, A. B. (2019). *Comunicação pública e transparência governamental em redes sociais digitais: O caso da Controladoria-Geral da União (CGU)*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Brasil.
- Lara, R. L., & Gosling, M. S. (2016). Um modelo de gestão do relacionamento entre os cidadãos e a administração pública. *REAd. Rev. Eletrôn. Adm.*, 22(2), 333-364.
- Lei n. 12.527, de 18 de novembro de 2011. (2011). Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm
- Lima, E. C., & Portela, F. C. (2019). *Transparência e acesso ao controle social*.
- Livingstone, S. (2017). *The class: living and learning in the Digital Age*.
- Mahajan-Cusack, L. (2016). *The impact of social media on local government transparency and citizen engagement*. Newark, NJ.
- Manual de comunicação mídias sociais*. Senado Federal. (s.d.). Recuperado de <https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao/diretrizes/midias-sociais>
- Marques, C. P. (2011, 10 janeiro). A "Nova Gestão Pública". *Farol da Nossa Terra*. Recuperado de <http://www.faroldanossaterra.net/2011/01/10/a-nova-gestao-publica>
- Mergel, I. (s.d.). *A framework for interpreting social media interactions in the public sector*.
- Motta, P. R. M. (2013). O estado da arte da gestão pública. *Revista de Administração de Empresas*, 53(1), 82-90. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902013000100008>
- Neves, M. P. B., Corrêa, M. I. S., Souza, A. C. R., & Moraes, I. C. (2019). Os desafios no uso de tecnologias na governança eletrônica: O que diz a produção acadêmica nacional? *Revista Gest@o.Org*, 17.
- Nica, E., Popescu, G. H., Nicolăescu, E., & Constantin, V. D. (2014). A eficácia da implementação da mídia social a níveis de governo local. *Revisão da Transilvânia de Ciências Administrativas*, 152-166.
- Oliveira, D. J. S., & Bermejo, P. H. S. (2017). Mídias sociais e administração pública: Análise do sentimento social perante a atuação do Governo Federal brasileiro. *O&S*, 24(82), 491-508.
- Panagiotopoulos, P., Barnett J., & Brooks, L. (2013). Mídia social e capacidade de resposta do governo: o caso da Food Standards Agency do Reino Unido. In M. A. Wimmer, M. Janssen, & H. J. Scholl (Eds.), *EGOV 2013, LNCS 8074* (pp. 310-321). IFIP International Federation for Information Processing.
- Pimenta, M. S., & Canabarro, D. R. (2014). *Governança digital*. UGRGS.
- Pimenta, M. S., & Canabarro, D. R. (2019). Governança digital. *RAHIS: Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde*, 16(2).

- Promover a transparência e responsabilidade por meio das TICs, mídia social e colaborativa e-governo.* (s.d.).
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Sulina.
- Rezende, M. O. (2020, 4 setembro). Classe social. *Mundo Educação*. Recuperado de <https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/classe-social.htm>
- Rocha, M. C. (2014). *Mídias sociais digitais como fontes para a gestão estratégica da informação no setor público: Estudo de caso na BHTRANS -Empresa de transportes e trânsito de Belo Horizonte*. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão Estratégica da Informação). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- Santana, M. B., & Souza, C. G. B. (2017). *Revista Gestão.Org*, 15, 99-107.
- Santiago, P., Brandão, E. P., & Stabile, M. (2013). *Mapa da comunicação brasileira* (3. ed.). FSB Comunicações.
- Santos, G. H. C. (2016). *O uso das mídias sociais no poder público: Análise do perfil "Senado Federal" no Facebook*. (Dissertação de Mestrado). Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, Fundação João Pinheiro, Minas Gerais, Belo Horizonte. Recuperado de <http://tede.fjpmg.gov.br/handle/tede/358>
- Santos, J., & Harmata, F. (2013). Análise de caso da Prefeitura de Curitiba: A relação entre humor e serviço público na comunicação em redes sociais. *Anais do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, Bauru, SP, Brasil, 17. Recuperado de <http://www.wegov.net.br/wp-content/uploads/2015/03/Artigo-Análise-de-Caso-da-Prefs.pdf>
- Santos, L. A., & Cardoso, R. L. S. (2004). *Governo eletrônico no Brasil: Modernização do Estado e políticas para inclusão digital no contexto do ajuste fiscal*.
- Santos, L. T., Santana, A. C. F. (2015). *Administração pública, direito e redes sociais: O caso da CGU no Facebook*.
- Santos, T. (2021). Recuperado de <https://blog.grancursosonline.com.br/lei-de-acesso-a-informacao/>
- Shmidt, C. A. P., Horonzi, A. A. M., França, M. T. A., Luchese, A. V., & Horonzi, R. M. (2019, dezembro). A evolução das tecnologias da informação: Apresentação de um exemplo de aplicação na gestão pública municipal. *Anais do Congresso Brasileiro de Engenharia da Produção*, Ponta Grossa, PR, Brasil, 9.
- Silva, A. S. R., Oliveira, J. H. P., Daltro, E., & Santos, E. (2015). Mídias sociais na administração pública: Um estudo sobre a utilização do Facebook pelos municípios do Recôncavo do estado da Bahia-Brasil. *Article in Tourism & Management Studies*.
- Silva, D. M., Ribeiro, A. C. D., & Silva Filho, E. A. (2018). As redes sociais como ferramenta para acesso à informação na administração pública. *Perspectivas em Políticas Públicas*, 11(21), 267-294.
- Silva, K. T. (2019). *Segurança pública colaborativa: Uso de mídias sociais como ferramenta de policiamento da guarda municipal na comunidade escolar de Aracaju/SE, São Cristovão/SE*. Universidade Federal de Sergipe.
- Soares, B. R. (2008). *Pobreza, segregação e redes sociais, departamento de ciência política*. USP.
- Solides. (2020). *O que você precisa saber sobre o recrutamento por meio das mídias sociais*. Recuperado de <https://blog.solides.com.br/recrutamento-nas-midias-sociais/>
- Sullivan, A. (2020, abril).

- Tenório, L. P., & Deboçã, L. P. (2020). *O uso das redes sociais pela Administração Pública para informação e criação de espaços digitais de deliberação cidadã*. PROFIAP.
- Terra, C. F. (2012). A atuação das organizações nas mídias sociais e sua relação com a comunicação organizacional. In I. L. Oliveira, & M. Marchiori (Orgs.), *Redes sociais, comunicação, organizações* (pp. 201-215). Difusão.
- TIC Domicílios: Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros – 2019 – ICT Households Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazilian Households* (2019).
- Vaz, J. C. (2002). Administração pública e governança eletrônica: Possibilidades e desafios para a tecnologia da informação. In *Governo eletrônico: Os desafios da participação cidadã*. Fundação Konrad Adenauer.
- Vigoda, E. (2003). *Rethinking the identity of public administration: Interdisciplinary reflections and thoughts on managerial reconstruction*. Public Administration and Management.
- Weschenfelder, G., & Lemes, A. G. (2019). A influência das redes sociais wegov, comunicação digital no setor público virtuais nos processos de recrutamento e seleção. *Gestão Contemporânea: Revista de Negócios da Cesuca*.
- Zenha, L. (2018). Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam? Os saberes dos docentes e as contribuições das pesquisas de Tardif para se repensar o trabalho docente, a pedagogia e o ensino. Os saberes dos docentes e as contribuições das pesquisas de Tardif para se repensar o trabalho docente, a pedagogia e o ensino. *Caderno de Educação*, 48(1), 19-42.

Utilização das redes sociais na Adm. Pública

No âmbito da dissertação de mestrado em Administração Pública do ISCTE-IUL – Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa – Instituto Universitário de Lisboa, serve o presente questionário para recolha de dados que permitam: Determinar como a população e os servidores da administração pública enxergam a utilização das redes sociais pela Prefeitura Municipal de Salvador.

O objetivo desse estudo é analisar como as instituições públicas e os governos utilizam as mídias sociais para ampliar a sua comunicação e interação com os cidadãos. Espera-se que esta pesquisa, além de contribuir com os estudos de comunicação, transparência e governança pública, se faça relevante por propiciar maior compreensão acerca das relações entre o Estado e os cidadãos, propiciando uma melhor utilização da ferramenta estudada (redes sociais).

Solicito a ajuda no preenchimento do mesmo, agradecendo a colaboração e atenção dispensada.

OBS.: PMS = Prefeitura Municipal de Salvador

[] Respostas múltipla escolha
() Apenas uma resposta

Rede social: É uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns. Uma das fundamentais características na definição das redes é a sua abertura, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes (MATTHEW, 2003).
Ex.: Facebook, Instagram, Twitter.

Ouvidoria: Ouvidoria é definida como uma instância de controle e participação social responsável pelo tratamento das reclamações, solicitações, denúncias, sugestões e elogios relativos às políticas e aos serviços públicos, prestados sob qualquer forma ou regime, com vistas ao aprimoramento da gestão pública (BIAGINE, 2016).

Feedback: É uma resposta oferecida em detrimento de alguma pergunta, solicitação etc. (CANDIDO, 2019).

*Obrigatório

1. Nome

2. Idade*

3. Bairro*

4. Sexo*

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
- Feminino
- Outro: _____

5. Escolaridade*

Marcar apenas uma oval.

- Sem instrução
- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Superior
- Mestrado
- Doutorado
- Outro: _____

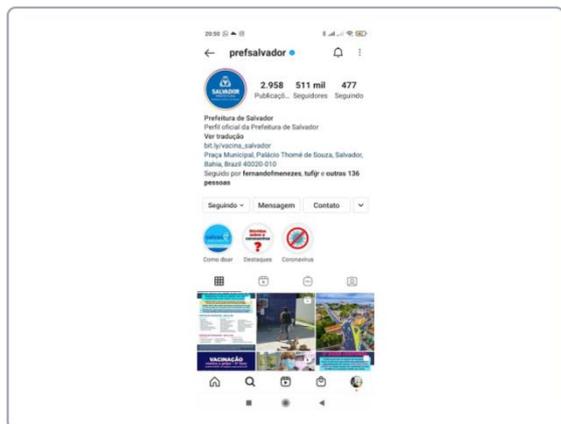
6. Pertence a qual tipo de organização*

Marcar apenas uma oval.

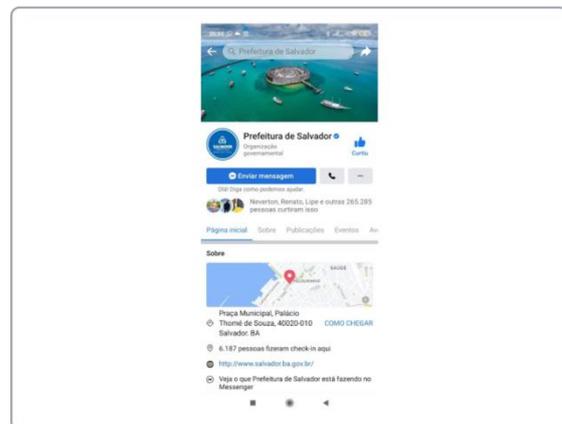
- Pública
- Privada
- Autônomo
- Aposentado
- Não trabalho
- Outro: _____

7. 1- Quais redes sociais da PMS que você conhece/segue?*

Marque todas que se aplicam.



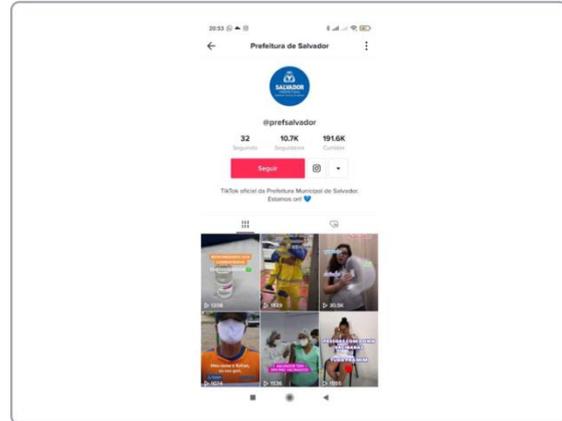
Instagram



Facebook



- Twitter
- Não sei/Não conheço



- Tiktok
- Outro: _____

8. 2- Com qual frequência você acompanha/participa das redes sociais da PMS?*

Marcar apenas uma oval.

- Diariamente
- 1 a 2 vezes por semana
- 1 a 2 vezes no mês
- Eventualmente
- Não sei/Não acompanho
- Outro: _____

9. 3- Você tem notado um maior engajamento nas redes sociais da PMS.*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

10. 4- Considera que as redes sociais são uma boa fonte de informação e interação com os cidadãos?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

11. 5- Considera as redes sociais como uma inovação na comunicação entre a administração pública e a população. *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não
 Talvez
 Não sei
 Outro: _____

12. 6- Acredita que através das redes sociais haja um aumento na aproximação da população com os órgãos públicos e/ou PMS?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não
 Talvez
 Não sei
 Outro: _____

13. 7- Acredita que a falta de conexões com a internet de qualidade (WIFI) em locais públicos afeta a utilização desse canal pelos cidadãos? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não
 Talvez
 Não sei
 Outro: _____

14. 8- Na sua opinião, as redes sociais da PMS são um canal de comunicação? *

Marque todas que se aplicam.

- Acessível
 Igualitário
 Excludente
 Eficiente
 Não eficiente
 Eficaz
 Não eficaz
 Não acessível
 Não sei
 Outro: _____

15. 9- Qual a linguagem que deve ser adotada pelas redes sociais da PMS?*

Marque todas que se aplicam.

- Formal
- Informal
- Bem humorada
- Depende do tema
- Não sei
- Outro: _____

16. 10- Acredita que pode obter alguma informação ou resolver alguma demanda através das redes sociais da PMS?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

17. 11- Acredita que as redes sociais da PMS podem ser utilizadas como uma espécie de ouvidoria municipal?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

18. 12- Acredita que com o aumento do número de *feedbacks* por parte dos gestores das redes sociais da PMS, isso implicaria em maior confiança e maior utilização pelos cidadãos?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

19. 13- Já teve alguma solicitação ou demanda atendida através das redes sociais de Salvador?*

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 20*

Não *Pular para a pergunta 21*

Outro: _____

Quantidade de vezes que teve solicitações atendidas pelas redes da PMS.

Se você respondeu "Sim" na pergunta 13.

20. Quantas vezes?

Marcar apenas uma oval.

De 1 a 3

De 3 a 5

Mais de 5

Outro: _____

Continuação

Se você respondeu "Não" na pergunta 13.

21. 14- Acha que as redes sociais da Prefeitura de Salvador são bem geridas?*

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Talvez

Não sei

Outro: _____

22. 15- Participaria de alguma enquete ou proposta de implementação de políticas públicas no seu bairro/localidade através das redes sociais?*

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Talvez

Não sei

Outro: _____

23. 16- Acredita que através da divulgação de informações, eventos e dados através das redes sociais da PMS isso torne a gestão municipal mais transparente?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

24. 17- Como você gostaria de ver a abrangência das redes sociais da PMS.*

Marcar apenas uma oval.

- Por órgãos/secretárias
- Por bairros/regiões
- Para a cidade como um todo
- Prefeituras Bairro
- Não sei
- Outro: _____

25. 18- Quais assuntos gostaria de ver/participar nas redes sociais da PMS? *

Marque todas que se aplicam.

- Políticas públicas
- Eventos
- Prestação de contas
- Informações do dia a dia
- Outro: _____

25. 19- Qual formato de publicação gostaria de ver nas redes sociais da PMS?*

Marque todas que se aplicam.

- Vídeo
- Texto
- Áudio
- Charges
- Enquetes
- Outro: _____

25. 20- Na sua opinião, como seria uma rede social ideal para uma prefeitura? *

Marque todas que se aplicam.

- Informativa
- Participativa/Interativa
- Por bairros
- Gerida pelos cidadãos
- Não sei
- Outro: _____

Utilização das redes sociais na Adm. Pública

No âmbito da dissertação de mestrado em Administração Pública do ISCTE-IUL – Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa – Instituto Universitário de Lisboa, serve o presente questionário para recolha de dados que permitam: Determinar como os servidores da administração pública, em especial os lotados na Secretária de Comunicação da Prefeitura de Salvador visualizam, traçam estratégias e fazem a gestão da utilização das redes sociais pelo Município.

O objetivo desse estudo é analisar como as instituições públicas e os governos utilizam as redes sociais para ampliar a sua comunicação e interação com os cidadãos. Espera-se que esta pesquisa, além de contribuir com os estudos de comunicação, transparência e governança pública, se faça relevante por propiciar maior compreensão acerca das relações entre o Estado e os cidadãos, fomentando uma melhor utilização da ferramenta estudada (redes sociais).

Solicito a ajuda no preenchimento do mesmo, agradecendo a colaboração e atenção dispensada.

OBS.: PMS = Prefeitura Municipal de Salvador

[] Respostas múltipla escolha

() Apenas uma resposta

*Obrigatório

1. Nome

2. Idade*

3. Sexo*

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

Outro: _____

4. Escolaridade*

Marcar apenas uma oval.

Ensino Médio

Ensino Superior

- Pós-graduação (Especialização)
- Mestrado
- Doutorado
- Outro: _____

5. Qual o seu cargo/Função?*

6. 1- Considera que as redes sociais são uma boa fonte de informação e interação com os cidadãos?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

7. 2- Considera as redes sociais como uma inovação na comunicação entre a administração pública e a população?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

8. 3- Quais os benefícios para o cidadão na interação com as redes sociais da PMS?*

Marque todas que se aplicam.

- Maior informação
- Rapidez no atendimento as demandas
- Facilidade de acesso aos órgãos
- Aproximação com a PMS
- Controle e fiscalização municipal
- Outro: _____

9. 4- Acredita que a falta de conexões com a internet de qualidade (WIFI) em locais públicos afeta a utilização desse canal pelos cidadãos? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

10. 5- Acredita que através das redes sociais haja um aumento na aproximação da população com os órgãos públicos e/ou PMS?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

11. 6- Acredita que as redes sociais da PMS são efetivas e permitem boa interação com o cidadão?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

12. 7- Acredita que a médio e longo prazo as redes sociais serão o maior e mais eficaz meio de comunicação e interação com a população?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

13. 8- Acredita que os cidadãos sentem-se seguros e confiantes em interagir com as redes sociais da PMS?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

14. 9- Quais as políticas para inclusão da população mais carente no acesso as redes sociais e como minimizar a exclusão?*

Marque todas que se aplicam.

- Aumento da rede WIFI gratuita
- Postagens com linguagem popular e senso de humor
- Postagens sobre temas de apelo social e de minorias
- Estratégias de *marketing*
- Outro: _____

15. 10- Acredita que as redes sociais da PMS podem ser utilizadas como uma espécie de ouvidoria municipal?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

16. 11- Como as redes sociais aumentam a transparência e governança na Adm. Pública?*

Marque todas que se aplicam.

- Divulgando dados/informações
- Interagindo com os cidadãos
- Aproximando os cidadãos da Adm. Pública
- Informando e debatendo temas de interesse popular
- Outro: _____

17. 12- Concorda que as redes sociais são uma das ferramentas mais importantes para a modernização administrativa e desburocratização das informações públicas?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Não sei
- Outro: _____

18. 13- Considera que os custos para gerir as redes sociais da PMS são de:*

Marcar apenas uma oval.

- Alto custo
- Médio custo

- Baixo custo
- Não sei
- Outro: _____

19. 14- Já recebeu algum *insight* através das redes sociais que pôde utilizar para aplicar em alguma política pública?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não *Pular para a pergunta 21*
- Talvez *Pular para a pergunta 21*
- Não sei *Pular para a pergunta 21*
- Outro: _____

Insights através das redes sociais que foram utilizados em políticas pública.

Responda à questão se você respondeu “Sim” na pergunta 14.

20. Qual?*

Continuação

Continue aqui se respondeu não respondeu “Não” na pergunta 14.

21. 15- Quais são as estratégias utilizadas para aumentar a participação popular (engajamento) na utilização das redes na PMS?*

Marque todas que se aplicam.

- Aumento das postagens
- Postagens patrocinadas
- Postagens sobre temas atuais e de grande repercussão social
- Divulgação/informação
- Outro: _____

22. 16- Qual a programação de postagens das redes sociais?*

Marcar apenas uma oval.

- 1 a 3 vezes na semana
- 5 vezes na semana
- Todos os dias
- Não sei
- Outro: _____

23. 17- Como são selecionados os *feedbacks* para os cidadãos que interagem com as redes sociais da PMS?*

Marque todas que se aplicam.

- Comentários e mensagens mais relevantes
- Amostragem
- Nº definido de respostas por dia
- Usuários com mais mensagens e comentários
- Programação de tempo diário de respostas
- Outro: _____

24. 18- Qual a velocidade de postagem a partir do surgimento de alguma ideia ou tema? Ou quando querem divulgar algum evento/informação?*

Marcar apenas uma oval.

- No exato momento
- No mesmo dia
- Na mesma semana
- De acordo com a programação
- Não sei
- Outro: _____

25. 19- Quais fatores foram primordiais para o sucesso das redes sociais na PMS?*

Marque todas que se aplicam.

- Gestão
- Criação de núcleo especializado em comunicação digital
- Aparato tecnológico
- Linguagem
- Diversidade de redes sociais
- Postagens
- Aumento de acesso à internet pela população
- Outro: _____

26. 20- Na sua opinião, as redes sociais da PMS são um canal de comunicação?*

Marque todas que se aplicam.

- Acessível
- Igualitário
- Excludente
- Eficaz
- Não eficaz
- Eficiente
- Não eficiente
- Não sei
- Outro: _____

27. 21- Você considera o modelo de utilização das redes sociais pela Prefeitura de Salvador como um modelo ideal?*

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez
- Ainda pode melhorar
- Não sei
- Outro: _____