

A COMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS: UM ESTUDO ENTRE O PODER PÚBLICO E O CIDADÃO

COMMUNICATION ON SOCIAL NETWORKS: A STUDY BETWEEN PUBLIC AUTHORITIES AND CITIZENS

Aluno: Vinicius de Azevedo Salgado

Orientadora: Profa. Dra. Flaviani Souto Bolzan Medeiros

RESUMO: Na atualidade, as Tecnologias da Informação (TI) estão cada vez mais presentes na vida cotidiana, conseqüentemente, estas tecnologias acabam exercendo influência sobre as instituições públicas, principalmente no que diz respeito a proximidade do poder público com a população em geral. Juntamente com as tecnologias, as redes sociais apresentaram crescimento nas relações sociais. Diante do exposto, o presente artigo tem como objetivo geral analisar a contribuição das redes sociais na comunicação da prefeitura de um município da fronteira Oeste do Rio Grande do Sul com os cidadãos e como objetivos específicos verificar as redes sociais mais acessadas pelos cidadãos, apurar a percepção dos cidadãos sobre a atuação da prefeitura nas redes sociais e identificar a visão dos cidadãos acerca da gestão das redes sociais municipais. Para isso, adotou-se uma pesquisa de campo, do tipo descritiva, com abordagem quantitativa e tendo a coleta dos dados realizada via questionário. Entre os principais achados deste estudo, salienta-se que a maioria dos respondentes não teve nenhuma solicitação atendida por meio das redes sociais da prefeitura. Ademais, apurou-se quais assuntos os cidadãos gostariam de ver nas redes sociais municipais, bem como qual o formato de publicação desejado, e ainda, a maneira que deveria ser feita a abrangência dos assuntos presentes nas redes sociais municipais.

Palavras-chave: Tecnologias da Informação; Redes sociais; Poder Público.

ABSTRACT: Nowadays, Information Technologies (IT) are increasingly present in everyday life, consequently, these technologies end up exerting influence on public institutions, especially with regard to the proximity of the public power with the population in general. Along with the technologies, social networks have shown growth in social relations. Given the above, the present article has as a general objective to analyze the contribution of social networks in the communication between the city hall of a municipality in the western border of Rio Grande do Sul with the citizens, and as specific objectives to verify the social networks most accessed by citizens, ascertain the perception of citizens about the performance of the city hall on social networks and identify the vision of citizens about the management of municipal social networks. To this end, a descriptive field research was adopted, with a quantitative approach, and data collection was carried out through a questionnaire. Among the main findings of this study, it is noteworthy that most respondents have not had any request answered through the social networks of the municipality. Furthermore, it was ascertained which subjects citizens would like to see on the municipal social networks, as well as the desired publication format, and also, the way that the coverage of the subjects present in the municipal social networks should be made.

Keywords: Information Technologies; Social networks; Public Institutions.

1 INTRODUÇÃO

Vive-se em uma época onde a Tecnologia da Informação (TI) está presente no cotidiano das pessoas e inúmeras áreas da vida social acabam sendo, de alguma maneira, afetadas com a inserção dessa tecnologia. Esta mudança gera um reflexo direto nas relações sociais que são construídas por intermédio do uso da internet. De acordo com o Ministério das Comunicações (2021), em um levantamento realizado em 2019 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 82,7% dos domicílios nacionais contavam com o acesso à internet, o que demonstra um crescimento de 3,6 pontos percentuais em relação ao ano de 2018, tal levantamento demonstra o crescimento gradativo desta questão no país.

Devido a inserção da internet no dia a dia, um meio de comunicação universalizado são as redes sociais, que vem ganhando cada vez mais espaço e está se fazendo presente em cada vez mais áreas da sociedade. Consequentemente, interfere também nas instituições públicas, transformando a forma que é feita a comunicação com o cidadão.

Porter (2008) afirma que diferentemente dos meios de comunicação tradicionais, as redes sociais são gerenciadas por conteúdos gerados pelos seus usuários, o qual é estabelecido conforme o assunto do interesse de tal usuário, enquanto as mídias tradicionais são desenvolvidas para serem *one-to-many*, as redes sociais são estruturadas em forma de diálogo *many-to-many interaction*.

Deste modo, demonstra que a interação do poder público com este meio gera uma maior proximidade do cidadão, uma vez que são nas redes sociais que as opiniões, as sugestões e contribuições do cidadão estarão diretamente expostas. Na concepção de Silva et al. (2018), às redes sociais vêm se apresentando como um valioso meio de comunicação entre o cidadão e o poder público e, por sua vez, os gestores públicos fazem uso desta ferramenta com o intuito de construir uma relação de maior proximidade com os cidadãos. Notoriamente, cada vez mais, a administração pública faz-se presente em meios do ambiente cibernético, mais precisamente nas redes sociais, para que assim possa alcançar mais assertivamente o cidadão.

Sob esse viés, comenta-se que a prefeitura do município onde a pesquisa foi realizada é uma instituição que marca sua presença nas redes sociais por meio de duas redes – Facebook e Instagram – que, combinadas, possuem cerca de 50 mil seguidores, onde são realizadas postagens informativas acerca de atividades e ações do poder público municipal. Ademais, no ambiente das redes sociais, a comunicação é universalizada, onde existe uma facilidade de acesso por parte dos usuários.

Neste meio, a comunicação pública é significativamente ampliada por estar posta em um espaço propício para o estreitamento da comunicação do poder público com o cidadão, cumprindo assim, a sua função de orientar a coletividade em relação às ações do poder administrativo (LIMA, 2021).

O acesso à informação é um dos principais indicadores da cidadania, a participação do cidadão na elaboração e no controle das ações do Estado são direitos assegurados constitucionalmente. Entretanto, mesmo tais direitos estando previstos na Constituição de 1988, foi somente em 2011 que o Brasil contou com uma lei de acesso à informação, a qual propicia a implementação dos princípios constitucionais (JARDIM, 2012).

Segundo Harrison et al. (2012), a informação é um instrumento essencial para a formação de questões primárias e essenciais para a democracia. A ausência de informações relacionadas à assuntos do poder público, faz com que as ideias dos cidadãos não sejam expressas e a voz do cidadão, essencial para a estruturação das políticas públicas, acaba por ser oprimida, pois não há um conhecimento situacional do governo em questão.

Outrossim, determinadas informações que fazem referência a assuntos do poder público, muitas vezes estão apresentadas em locais de difícil acesso e de maneiras que não facilitam a compreensão do cidadão. Tendo em vista esta questão, a partir do ano de 2003, no Brasil foi iniciada a política para o programa de inclusão digital, a qual originou o Governo Eletrônico (E-GOV), agente modernizador com o principal objetivo de desburocratizar o

acesso à informação. O E-GOV, aliado à utilização das redes sociais por parte do poder público, são instrumentos para criar e fortalecer uma relação poder público-cidadão de forma mais próxima.

Diante do exposto, a proposta de investigação dessa pesquisa propõe-se a responder o seguinte questionamento: Como ocorre a comunicação nas redes sociais entre o poder público e o cidadão? Para isso, estabeleceu-se como objetivo geral desta pesquisa analisar a contribuição das redes sociais na comunicação da prefeitura de um município da fronteira Oeste do Rio Grande do Sul com os cidadãos. Para atingir o objetivo geral, delimitam-se os seguintes objetivos específicos: a) verificar as redes sociais mais acessadas pelos cidadãos; b) apurar a percepção dos cidadãos sobre a atuação da prefeitura nas redes sociais; c) identificar a visão dos cidadãos acerca da gestão das redes sociais municipais.

Essa pesquisa justifica-se pela relevância do tema para a administração pública tendo em vista que as redes sociais se apresentam como um meio de comunicação capaz de estreitar a interação do cidadão com o poder público. Ou seja, explorar esta temática no município da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul pode trazer contribuições ao poder administrativo. A utilização das redes sociais na elaboração de políticas possui um grande potencial de identificar novas ideias e melhorar as tomadas de decisão (BERTOT; JAEGER; HANSEN, 2012), destarte, possibilitando que o poder público direcione suas políticas públicas para questões de maior interesse dos cidadãos.

As redes sociais também se tornam aliadas como instrumento de complementação para o processo de transparência governamental e no princípio constitucional da publicidade, dando assim, aos cidadãos o acesso às informações de interesse social e contribuindo com a redução da disseminação das *fake news* acerca das ações e políticas estatais (LIMA, 2021). Logo, destaca-se a contribuição teórica deste estudo ocasionando na ampliação da literatura a respeito da temática.

Outrossim, na visão de Androutsopoulou, Charalabidis e Loukis (2015), a utilização do método de acompanhamento das redes sociais por parte do governo permite que possa ser realizada uma avaliação das opiniões dos cidadãos acerca de questões de interesse político, tal acompanhamento corrobora para uma melhor execução da política.

Além disso, há também a contribuição gerencial, uma vez que a pesquisa poderá proporcionar melhorias no gerenciamento das redes sociais da prefeitura. A presença das instituições públicas nas redes faz com que o papel de aproximação do poder público com a população seja atingido, juntamente com os requisitos do princípio constitucional da publicidade e atendendo as exigências da Lei de Acesso à Informação (SILVA; RIBEIRO; SILVA FILHO, 2018).

Deste modo, estabelecendo sua presença no ambiente das redes sociais cibernéticas, a administração pública faz com que haja uma maior noção de cidadania por parte dos cidadãos. Em termos de estrutura, logo após esse capítulo introdutório, apresenta-se o referencial teórico deste artigo, posteriormente, estão presentes os procedimentos metodológicos desta pesquisa, em seguida, a apresentação e análise dos resultados obtidos e encerra-se as considerações finais deste artigo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo apresenta-se o referencial teórico deste estudo, ao qual está dividido em dois tópicos, a saber: o primeiro retrata a comunicação na atualidade e o segundo tópico refere-se à relação do poder público e os ambientes digitais

2.1 A comunicação na atualidade

A comunicação, em linhas gerais, requer no mínimo duas pessoas para que ocorra ao menos uma díade. Toda e qualquer sociedade requer, em algum nível, uma espécie de pacto ou de regras para que seja estruturada, para este fim, a comunicação apresenta-se como uma ferramenta essencial para os membros sociais (TASCHNER, 2010).

Determina-se a comunicação como um objeto sem a possibilidade de existência de maneira singular. Na visão de Bordenave (2017), comunicação e sociedade coexistem, sendo a comunicação uma necessidade primária para o convívio social. Atualmente, tendo em vista este convívio social, um termo importante é o de comunicação pública. Para Liedtke e Curtinovi (2016), o conceito de comunicação pública é uma evolução de tantos outros termos que o antecederam.

Ainda de acordo com o autor supracitado, a comunicação pública é considerada mais do que um conceito, ela é vista como um campo onde se encontram os cidadãos, o aparato social, o sistema de mídia no geral e o terceiro setor. A comunicação pública é um campo cada vez mais crescente nos estudos da comunicação, já se constitui referencial teórico para os rumos contemporâneos da comunicação nas organizações públicas.

As comunicações sofreram uma revolução contemporânea. O fenômeno da globalização vem sendo objeto de estudo e discussões por conta de múltiplos assuntos, dentre eles, a rápida divulgação de informações e a velocidade com que a tecnologia vem avançando (GALLI, 2002). A partir dos anos 2000, houve a difusão de informações e de conhecimento por meio das redes sociais.

A internet é considerada a forma de linguagem com maior aceitação social pelo mundo e, por sua vez, deu início a um novo formato de comunicação, o qual possibilita e normaliza a utilização de abreviações de palavras, gírias e, até mesmo, a escrita de palavras com suas grafias modificadas, tais práticas constituem o processo de transformação linguística do século XXI (FERNANDES, 2016).

O autor supracitado diz que a internet, de um modo geral, consegue atrair adultos e crianças por conta da sua grande importância comunicativa e pelo impacto que é causado no cotidiano das pessoas, ganhando um destaque especial, sobretudo, por conta da velocidade com que as informações são transmitidas e repassadas entre os usuários.

As comunidades alojadas nesses ambientes virtuais têm por objetivo conectar pessoas e seus interesses, tal conexão é dada por meio de algoritmos estruturados para realizar o cruzamento das informações cadastrais dos usuários, esta prática é considerada revolucionária pois é capaz de unir pessoas que estão longe geograficamente (FERNANDES, 2016). De acordo com a perspectiva de Cardoso e Lamy (2011), as redes sociais se tornam aliadas da comunicação e juntas formam fontes de mudança, que possibilitam visualizar novas maneiras de enxergar o mundo e vislumbrar novos futuros possíveis.

Para Davenport (1998) e Beal (2004) é inegável a contribuição das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), pois trazem mudanças significativas para a sociedade como um todo, facilitando o processamento, o armazenamento e a disseminação de informações. Se comparadas ao passado, essas mudanças são extremamente dinâmicas e contribuem com a valorização das informações, fazendo com que se tornem ferramentas de combate à incerteza. Tais evoluções são consideradas essenciais para o desenvolvimento social e pessoal.

Conforme Camara (2017), os campos da administração pública e da comunicação contemporânea estão se organizando de maneira inter-relacionada, onde graças à tecnologia, a sociedade tem vez e voz para cobrar dos poderes públicos atenção para as suas demandas. A intersecção destes dois campos sociais posiciona a comunicação como estratégica e aliada na gestão e não somente como funcional e operacional. O tópico a seguir aborda o poder público e os ambientes digitais.

2.2 O poder público e os ambientes digitais

De acordo com um levantamento realizado pela Pingdom (2010), o Brasil encontra-se na 5ª posição dos países com maior número de usuários na internet, com um expressivo número de 72.0M de usuários. Barbosa, Getschko e Gatto (2010) comentam que a internet se apresenta como uma estrutura que viabiliza a disseminação e a existência dos espaços virtuais de relacionamento. É possível defini-la como um fenômeno tecnológico contemporâneo que

se faz cada vez mais presente no dia-a-dia das pessoas e que através de suas expressivas influências acaba gerando impactos consideráveis na vida social.

É notório a presente influência das novas tecnologias no âmbito público e privado deram origem a um novo campo social, o qual possui interferência direta na percepção de mundo dos cidadãos e, conseqüentemente, afeta a maneira como são estruturadas as relações da sociedade em geral (AMARAL, 2016). No Brasil, o marco histórico que deu início à presença do governo no ambiente digital foi a realização de um trabalho interministerial para que fosse implementada a política do Governo Eletrônico (GUILARDUCCI, 2007). Conforme o autor supracitado, o documento originado deste grupo de trabalho delineava a implementação de um programa que já se iniciaria em um patamar avançado na área.

De acordo com Anderson e Bishop (2011), a presença do poder público no ambiente digital é importante para que seja valorizada e consolidada a credibilidade nas instituições públicas, desta maneira se reforça a estrutura pré-existente e também demonstra que cada vez mais os representantes estão atentos às demandas dos cidadãos.

Apesar de auxiliar o poder público a melhorar a comunicação com o cidadão, as práticas do governo no ambiente digital como um todo ainda não atingiram um nível avançado o suficiente para que possa ser considerado como uma nova fase da democracia.

O ambiente digital apresenta-se como um espaço para interação com a sociedade, onde é possível que as informações do governo possam ser divulgadas pelos órgãos públicos, e ao mesmo tempo, é proporcionado que haja um acompanhamento das percepções que os internautas têm a respeito das ações e políticas do poder público. Por meio do acompanhamento do conteúdo que é publicado nas redes sociais do governo, é possível que seja feito um alinhamento das estratégias governamentais de acordo com os anseios e expectativas dos cidadãos (SANTANA; SOUZA, 2017).

No Brasil, conforme sondagem realizada por Nascimento (2013), há uma crescente febre que provoca um anseio, tanto de organizações públicas quanto privadas, para que as mesmas estejam presentes nas redes sociais, o que acaba induzindo a criação de seus perfis corporativos. Isso ocorre porque mesmo que a organização ainda não possua um perfil nas redes sociais, ela já pode estar sendo tópico de discussões *on-line*. Segundo Bertot, Jaeger e Grimes (2012), as redes sociais exercem um efeito transformador em como as pessoas interagem entre si, e como é criada a interação dos cidadãos com o poder público.

Tradicionalmente, novas tecnologias vêm somente para atender aos interesses de quem já se encontra no poder, porém, as redes sociais e a internet no geral possuem o potencial de aprimorar as já existentes práticas que visam a transparência dos órgãos públicos, e possibilitam a criação de novos métodos.

O poder público, estando presente nas redes sociais, é capaz de tornar a comunicação com o cidadão mais eficiente e rápida, pois agiliza o acesso à informação de outros meios de comunicação, que em outros métodos “mais tradicionais” teriam que passar por um processo mais lento e burocrático para fazer com que as mesmas informações chegassem ao cidadão (SANTOS; HARMATA, 2014). Na percepção de Santiago, Brandão e Stabile (2013), as redes sociais tiveram sua utilização ampliada nos últimos anos, porém a área exige cautela para ser explorada. No ambiente das redes sociais os relacionamentos são estabelecidos conforme regras distintas das mídias tradicionais.

De acordo com um levantamento feito pelo Instituto FSB Pesquisa (2013), o setor público vem utilizando as redes sociais mais do que as empresas privadas. Tal circunstância se dá devido a necessidade de transparência dos órgãos públicos e a importância da construção de um relacionamento de diálogo com o cidadão.

As redes sociais tornaram-se um ambiente que possibilita a construção de um debate pluralizado e aberto e que somente demanda de seus participantes o domínio dos meios de participação e o letramento adequado para tal (CARDOSO; LAMY, 2011). Com a integração do ambiente digital às organizações públicas, surge um novo formato totalmente manipulável, onde os compartilhamentos e a coletividade precisam ser pensados na narrativa.

As organizações precisam entender que os cidadãos não estão interessados na tecnologia em si, mas sim que estão com o intuito de suprir a necessidade por informação e

relacionamento por parte do governo. Entende-se como necessário uma reformulação na postura comunicacional do poder público, uma nova forma que vise contemplar um fluxo de informações não lineares, contextualizado e interacional (MAINIERI, 2011).

Entretanto, é importante ser ressaltado que existem obstáculos para que as redes sociais alcancem seus potenciais de participação livre e de acessibilidade, que é o problema da exclusão digital, e também na dificuldade que existe em tornar as redes sociais como espaços de comunicação entre Estado e sociedade, principalmente ao se discutir uma cultura de fomento e politização.

Outrossim, conforme se dá a procura do governo por mais transparência e abertura aos cidadãos, mais esta questão irá se desenvolvendo. A contribuição das redes sociais para o é de grande importância, porém é necessária uma exploração mais extensiva do assunto para que se alcance um patamar mais satisfatório (BERTOT; JAEGER; GRIMES, 2012).

Outro ponto importante é o de que se as redes sociais forem utilizadas apenas como meio de transparência, a prevalência desta transparência ativa, mesmo que esteja tratando de assuntos relacionados ao poder público, pode empobrecer a relação com o cidadão, pois tornará o ambiente como uma plataforma de disseminação de informações, e não como um ambiente de construção de diálogo entre as partes (FARRANHA; SANTOS, 2015). Em continuidade, o próximo capítulo contempla os procedimentos metodológicos que serão adotados nesta pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Partindo do objetivo de analisar a contribuição das redes sociais na comunicação da prefeitura de um município da fronteira Oeste do Rio Grande do Sul com os cidadãos, adotou-se uma pesquisa de campo quanto aos meios e uma pesquisa descritiva quanto aos fins (VERGARA, 1998).

A pesquisa de campo consiste na observação de fatos e fenômenos conforme ocorrem espontaneamente com o objetivo de obter informações acerca de um determinado problema (MARCONI; LAKATOS, 2003). Em conformidade, Castilho, Borges e Pereira (2011) complementam que a pesquisa de campo é utilizada para gerar conhecimento acerca de um problema e, até mesmo, provocar novas descobertas em uma determinada área de conhecimento. Neste estudo, foi utilizada a pesquisa de campo com o intuito de verificar diretamente com os cidadãos qual a contribuição das redes sociais na comunicação com a prefeitura municipal.

Sobre a pesquisa descritiva, Richardson (1999) entende como sendo um estudo que se propõe a fazer a descoberta de um fenômeno como tal e pode abordar aspectos amplos da sociedade, e ainda, as abordagens desta natureza possuem como objeto de estudo uma situação em específico. Gil (1991) comenta que a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população e uma das características essenciais é a utilização de técnicas padronizadas na coleta de dados, como no caso dos questionários. Sendo assim, neste estudo utilizou-se a descritiva para que fosse possível que o objeto de análise fosse caracterizado e descrito conforme as circunstâncias presentes no município investigado.

Ademais, foi adotada uma pesquisa de natureza quantitativa. O método quantitativo, segundo Richardson (1999), representa a intenção de garantir a precisão dos resultados e evitar a distorção de análise e interpretação, possibilitando uma margem de segurança quanto às inferências. As variáveis quantitativas apresentam números resultantes de uma contagem ou mensuração (GUIMARÃES, 2008). Neste estudo, se fez uso da pesquisa quantitativa para que pudesse ser mensurada a percepção dos participantes do estudo no que diz respeito à atuação do poder público nas redes sociais.

Sobre o instrumento de coleta dos dados, esta pesquisa fez uso de um questionário. Tal instrumento pode ser definido como um conjunto de questões organizadas sistematicamente, com o intuito de levantar as informações descritas por parte dos pesquisados e conhecer a opinião dos mesmos sobre o assunto em estudo (SEVERINO, 2014). O questionário que foi

usado neste estudo foi elaborado por Rodrigues (2021) e foi incorporado a esta pesquisa, pois permitia que fosse relatado a percepção do cidadão quanto ao papel que as redes sociais desempenham no poder público municipal. O referido instrumento está estruturado em 23 (vinte e três) questões objetivas (ANEXO A).

O presente estudo foi realizado em um município da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul e segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021), o referido município possui uma população de 75.647 (setenta e cinco mil seiscentos e quarenta e sete) habitantes. Destarte, esta pesquisa foi aplicada em uma amostra da população da cidade. Para isso, utilizou-se a Equação 1 sugerida por Martins e Domingues (2017) para fins de cálculo da amostra dos respondentes.

$$n = \frac{Z^2 \alpha / 2 \cdot \sigma^2 \cdot N}{d^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \alpha / 2 \cdot \sigma^2} \quad (1)$$

Onde:

n = tamanho da amostra aleatória simples a ser selecionada da população

$Z^2 \alpha / 2$ = abscissa da normal padrão

σ^2 = desvio-padrão da população

N = tamanho da população

d = erro amostral

A partir da Equação 1, considerando um nível de confiabilidade de 95% e uma margem de erro de 5%, obteve-se uma amostra de 383 respondentes. Cabe salientar que a seleção dos respondentes ocorreu de forma não probabilística por acessibilidade. A coleta de dados deu-se do início do mês de outubro de 2022 e findou-se no início do mês de dezembro de 2022, cuja aplicação ocorreu, em sua maioria, de forma presencial (utilizando o questionário na versão impressa) e de maneira complementar o questionário foi disponibilizado no formato *on-line* (via Google Forms).

Posteriormente, para fins de análise dos dados obtidos nesta pesquisa foi adotada a estatística descritiva. Morais (2005) conceitua a estatística como um conjunto de técnicas de análise usado para resumir um determinado conjunto de dados.

Para Guedes et al. (2005), a estatística descritiva tem por objetivo básico a sintetização de uma série de valores de uma mesma natureza possibilitando, desta forma, que se obtenha uma visualização globalizada da variação destes mesmos valores, ela organiza e descreve por meio de tabelas, gráficos e de medidas descritivas. O próximo capítulo dedica-se à apresentação e análise dos resultados.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo encontra-se subdividido em dois tópicos: o primeiro trata do perfil dos respondentes e o segundo apresenta as percepções em relação às redes sociais da Prefeitura.

4.1 Perfil dos respondentes

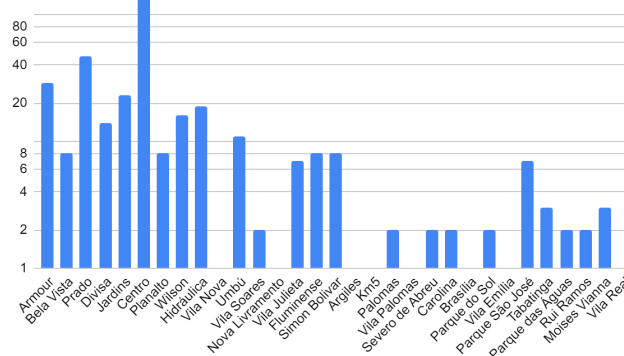
Para que haja uma melhor compreensão dos resultados obtidos com este estudo, a seguir, visualiza-se o Quadro 1 com o perfil dos cidadãos que participaram da pesquisa.

Quadro 1 - Perfil dos respondentes

Itens	Opções	Frequência	Percentual
Sexo	Masculino	206	54%
	Feminino	176	46%
Total		383	100%
Faixa Etária	Até 18 anos	12	3,13%
	De 18 a 25 anos	183	47,78%
	De 25 a 33 anos	112	29,25%
	De 33 a 41 anos	30	7,83%
	De 41 a 50 anos	28	7,32%
	Mais de 50 anos	18	4,69%
Total		383	100%
Escolaridade	Doutorado	6	1,56%
	Mestrado	10	2,6%
	Pós-Graduação	2	0,52%
	Ensino Superior	175	45,70%
	Ensino Médio	183	47,80%
	Ensino Fundamental	6	1,56%
	Sem Instrução	1	0,26%
Total		383	100%
Pertence a qual tipo de organização?	Pública	181	47,25%
	Privada	108	28,20%
	Autônomo	43	11,24%
	Não Trabalho	50	13,05%
	Aposentado	1	0,26%
Total		383	100%

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa (2022).

Com relação ao perfil dos respondentes, nota-se no Quadro 1 que o sexo masculino predomina entre os cidadãos que responderam o questionário. Quanto à faixa etária dos cidadãos, a que mais se destaca dentre os respondentes, com uma porcentagem de 47,78%, são as de pessoas de 18 a 25 anos. A respeito da escolaridade dos respondentes, está dividida entre os cidadãos que possuem o ensino médio completo, que representa 47,80% dos respondentes, e os que possuem o ensino superior completo com uma porcentagem de 45,70%. Do mesmo modo, para fins de construção do perfil dos cidadãos respondentes, cabe trazer a qual tipo de organização estes cidadãos pertencem. Destacam-se nesta pesquisa os respondentes que fazem parte de organizações públicas, os quais compõem 47,25% dos respondentes desta pesquisa. Outrossim, a fim de caracterizar o perfil dos respondentes do questionário, a seguir, no Gráfico 1, estão separados a quantidade de cidadãos respondentes por bairro.

Gráfico 1 - Respondentes por bairro

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa (2022).

Após uma breve análise do Gráfico 1, pôde-se constatar que em relação à separação dos respondentes entre os bairros, há uma notória diferença entre o bairro mais citado, o bairro Centro, com 149 respondentes residentes nesta localidade, em comparação ao segundo

bairro mais citado, que é o bairro do Prado, com 47 respondentes que pertencem a este local. O próximo tópico remete as percepções em relação às redes sociais da Prefeitura.

4.2 Percepções em relação às redes sociais da Prefeitura

O Quadro 2 apresenta duas variáveis que fazem referência ao conhecimento e ao acompanhamento dos cidadãos em relação às redes sociais da prefeitura.

Quadro 2 - Conhecimento e acompanhamento às redes sociais

Questão*	Opção	Frequência*	Percentual
Quais redes sociais da Prefeitura que você conhece/segue?	Facebook	217	56,7%
	Instagram	205	53,5%
	Tiktok	6	1,6%
	Twitter	9	2,3%
	Não sei/Não acompanho	100	26,1%
Com qual frequência você acompanha/participa das redes sociais da Prefeitura?	Diariamente	73	19,2%
	1 a 2 vezes por semana	49	12,9%
	1 a 2 vezes no mês	17	4,5%
	Eventualmente	144	37,6%
	Não sei/Não acompanho	100	25,8%
Total		383	100%

* O total é superior a amostra devido às múltiplas opções de resposta.

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa (2022).

No que tange à interação dos cidadãos com as redes sociais da prefeitura, segundo o estudo realizado, a rede social da prefeitura que cidadãos possuem mais conhecimento é o *Facebook* onde 56,7% dos respondentes conhecem/seguem a rede, entretanto, outro ponto importante a ser destacado é de que 26,1% dos respondentes desconhecem quaisquer que sejam as redes sociais da prefeitura do município estudado.

Tendo em vista os cidadãos que seguem/participam das redes sociais municipais, 37,6% dos cidadãos fazem o acompanhamento eventual das atualizações da prefeitura e 25,8% sequer fazem acompanhamento algum. Outrossim, é importante levar em consideração as percepções e considerações dos cidadãos no que diz respeito à contribuição das redes sociais na comunicação do poder público com a população, tais dados podem ser visualizados no Quadro 3.

Quadro 3 - Considerações e percepções dos cidadãos

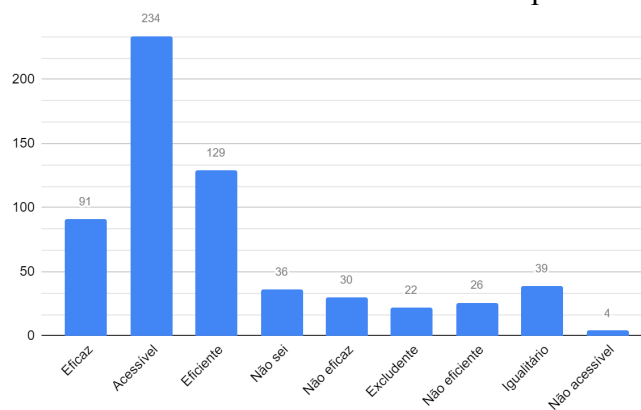
Questão	Opção	Frequência	Percentual
Considera que as redes sociais são uma boa fonte de informação e interação com os cidadãos?	Discordo totalmente	2	0,5%
	Discordo muito	4	1%
	Discordo pouco	9	2,4%
	Concordo pouco	70	18,3%
	Concordo muito	159	41,5%
	Concordo totalmente	139	36,3%
Total		383	100%
Considera as redes sociais como uma inovação na comunicação entre a administração pública e a população?	Discordo totalmente	3	0,8%
	Discordo muito	6	1,6%
	Discordo pouco	9	2,3%
	Concordo pouco	58	15,2%
	Concordo muito	148	38,6%
	Concordo totalmente	159	41,5%
Total		383	100%
Acredita que através das redes sociais haja um aumento na aproximação da população com os órgãos públicos e/ou Prefeitura?	Discordo totalmente	4	1%
	Discordo muito	3	0,8%
	Discordo pouco	23	6%
	Concordo pouco	91	23,8%
	Concordo muito	129	33,7%
	Concordo totalmente	133	34,7%
Total		383	100%

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa (2022).

Conforme visto no Quadro 3, pode-se perceber que 36,3% e 41,5% concordam totalmente e muito, respectivamente, com a afirmação de que as redes sociais são boas fontes de informação e interação com os cidadãos. Ainda no Quadro 3, nota-se que 41,5% dos cidadãos concordam totalmente que as redes sociais são uma forma de inovação da comunicação da administração pública com a população. Outro dado importante a ser ressaltado é de que apenas 1% dos respondentes à pesquisa discordam totalmente com a afirmação de que as redes sociais criam um aumento na aproximação dos órgãos públicos com a população em geral.

Tendo em vista tais constatações, percebe-se que as mesmas vão de encontro ao pensamento de Santos e Harmata (2014), os quais dizem que a presença da prefeitura nas redes sociais agiliza o acesso à informação, se comparado a outros meios de comunicação “mais tradicionais”, e torna o processo de comunicação com o cidadão, mais eficiente e rápido. Ademais, das considerações em relação ao papel que desempenham as redes sociais no que tange à comunicação do poder público com o cidadão, no Gráfico 2 está presente a forma com que as redes sociais da prefeitura são vistas na opinião dos respondentes desta pesquisa.

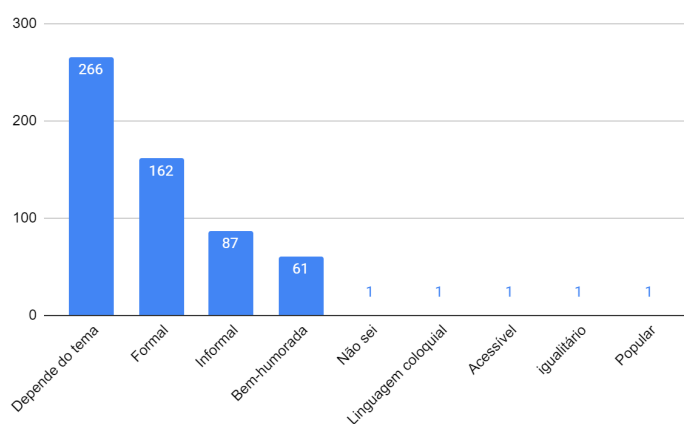
Gráfico 2 - Como são as redes sociais da prefeitura



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa (2022).

Com base no Gráfico 2, percebe-se que a maioria dos questionados consideram as redes sociais da prefeitura como “acessível” e “eficiente”, mais precisamente 234 e 129 respondentes, respectivamente. Do mesmo modo, para que as redes sociais sejam cada vez mais acessíveis e eficientes, um fator primordial para isto é a linguagem que será utilizada, tendo em vista esta questão, no Gráfico 3, estão elencadas quais linguagens deverão ser utilizadas pela prefeitura.

Gráfico 3 - Linguagem utilizada pela prefeitura



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa (2022).

No que diz respeito à linguagem utilizada pela prefeitura, segundo as opiniões dos respondentes presentes no Gráfico 3, a linguagem a ser usada depende do tema a ser abordado, de acordo com 266 dos questionados, porém, 162 dos respondentes acreditam que a melhor linguagem a ser utilizada seria uma linguagem formal. Conforme Cardoso e Lamy (2011), a linguagem é um fator importante para que haja a construção de um debate aberto e pluralizado no ambiente digital, pois é necessário que ambas as partes possuam domínio dos meios adotados.

Em continuidade, visto que as redes sociais contribuem com a aproximação do cidadão com o poder público, no Quadro 4, estão expostas as percepções dos respondentes desta pesquisa no que tange sobre o atendimento de demandas sociais através das redes sociais da prefeitura.

Quadro 4 - Percepção dos cidadãos sobre o papel das redes sociais

Questão	Opção	Frequência	Percentual
Acredita que pode obter alguma informação ou resolver alguma demanda através das redes sociais da Prefeitura?	Discordo totalmente	26	6,8%
	Discordo muito	19	5%
	Discordo pouco	46	12%
	Concordo pouco	154	40,2%
	Concordo muito	75	19,6%
	Concordo totalmente	63	16,4%
Total		383	100%
Acredita que as redes sociais da Prefeitura podem ser utilizadas como uma espécie de ouvidoria municipal?	Discordo totalmente	29	7,6%
	Discordo muito	29	7,6%
	Discordo pouco	50	13,1%
	Concordo pouco	89	23,2%
	Concordo muito	113	29,5%
	Concordo totalmente	73	19%
Total		383	100%
Acredita que com o aumento do número de feedbacks por parte dos gestores das redes sociais da Prefeitura, isso implicaria em maior confiança e maior utilização pelos cidadãos?	Discordo totalmente	9	2,3%
	Discordo muito	18	4,7%
	Discordo pouco	39	10,2%
	Concordo pouco	120	31,3%
	Concordo muito	119	31,1%
	Concordo totalmente	78	20,4%
Total		383	100%
Já teve alguma solicitação ou demanda atendida através das redes sociais do município? Se sim, quantas vezes?	De 1 a 3	56	14,6%
	De 3 a 5	6	1,6%
	Mais de 5	12	3,1%
	Não tive nenhuma solicitação atendida	309	80,7%
Total		383	100%

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa (2022).

Apurou-se no Quadro 4 que 40,2% dos respondentes concordam pouco com a afirmação de que as redes sociais possam ser utilizadas para que algumas demandas sejam resolvidas. Entretanto, apenas 29,5% e 23,2% concordam muito e concordam pouco, respectivamente, com a ideia de que as redes sociais da prefeitura possam ser utilizadas como uma espécie de ouvidoria municipal.

Já apenas 2,3% dos respondentes discordam totalmente com o pensamento de que quanto maior o número de *feedbacks*, por parte dos gestores, maior o aumento da confiança e um aumento na utilização das redes sociais. Outro dado importante a ser ressaltado é o número de cidadãos que tiveram alguma demanda atendida por meio das redes sociais da prefeitura, onde 80,7% dos respondentes disseram que não obtiveram nenhuma demanda atendida. Cabe frisar que, de acordo com Cattani (2016), nos dias de hoje, as estratégias políticas estão voltadas para as plataformas digitais, logo, tirar proveito da publicidade positiva é um excelente uso das redes sociais para promover o marketing. Portanto, sugere-se à prefeitura adequar-se a este crescente movimento.

No Quadro 5 estão expostas as considerações dos cidadãos no que diz respeito à gestão feita nas redes sociais municipais, ou como as mesmas deveriam ser gerenciadas.

Quadro 5 - Percepções acerca da gestão das redes sociais

Questão	Opção	Frequência	Percentual
Acha que as redes sociais da Prefeitura são bem geridas?	Discordo totalmente	20	5,2%
	Discordo muito	30	7,8%
	Discordo pouco	67	17,5%
	Concordo pouco	172	44,9%
	Concordo muito	71	18,5%
	Concordo totalmente	23	6%
Total		383	100%
Participaria de alguma enquete ou proposta de implementação de políticas públicas no seu bairro/localidade através das redes sociais?	Discordo totalmente	26	6,8%
	Discordo muito	26	6,8%
	Discordo pouco	19	5%
	Concordo pouco	81	21,1%
	Concordo muito	106	27,7%
	Concordo totalmente	125	32,4%
Total		383	100%
Acredita que através da divulgação de informações, eventos e dados através das redes sociais da Prefeitura isso torna a gestão municipal mais transparente?	Discordo totalmente	7	1,8%
	Discordo muito	15	3,9%
	Discordo pouco	11	2,9%
	Concordo pouco	100	26,1%
	Concordo muito	115	30%
	Concordo totalmente	135	35,2%
Total		383	100%
Como você gostaria de ver a abrangência das redes sociais da Prefeitura?	Por órgãos/secretarias	76	19,8%
	Por bairros/regiões	57	14,9
	Para a cidade como um todo	199	52%
	Prefeituras Bairro	27	7%
	Não sei	24	6,3%
Total		383	100%

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa (2022).

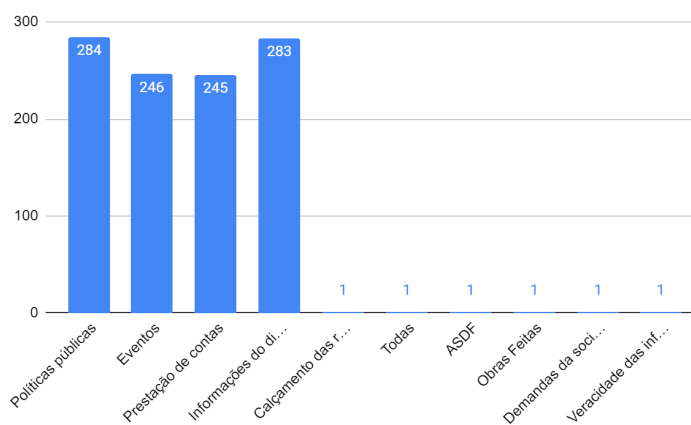
Conforme as afirmações expostas no Quadro 5, um total de 172 respondentes concordam pouco com a afirmação de que as redes sociais da prefeitura são bem geridas. Com relação à participação dos cidadãos nas redes sociais da prefeitura, apenas 32,4% dos respondentes participariam de uma enquete ou proposta de intervenção nas políticas públicas.

Entretanto, 35,2% dos entrevistados concordam muito com a afirmação de que as informações de eventos e dados da prefeitura, se forem divulgadas, acabam por tornar a gestão municipal mais transparente.

Outrossim, a compreensão e o entendimento dos cidadãos com relação às informações publicizadas pela prefeitura é de extrema importante, tendo em vista esta questão, 52% dos respondentes da pesquisa acreditam que a melhor forma de os assuntos serem abordados pela prefeitura, em suas redes sociais, é por uma abrangência da cidade com um todo.

Levando em consideração os pontos supracitados, outro fator importante a ser destacado é o de quais assuntos serão abordados pela gestão municipal, no Gráfico 4 abaixo, estão expressos os assuntos que mais devem ser citados de acordo com os cidadãos respondentes desta pesquisa.

Gráfico 4 - Assuntos que deveriam ser abordados

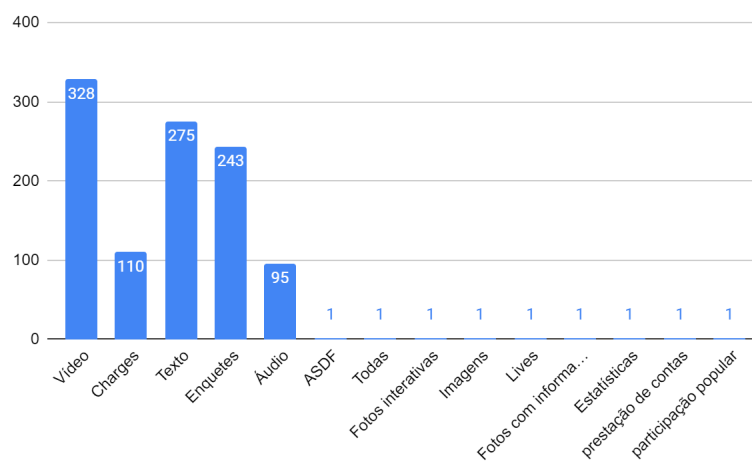


Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa (2022).

De acordo com Mainieri (2011), o poder público precisa entender que as pessoas não estão interessadas na tecnologia em si, e sim, na necessidade de suprir o anseio por informações que dizem respeito ao setor público. Tendo em vista esta afirmação, no Gráfico 4, estão expressos os assuntos que merecem mais destaques nas redes sociais municipais, cabe mencionar que o assunto de maior interesse dos cidadãos, segundo 283 dos respondentes, são as informações relacionadas ao dia a dia do município.

Ademais, é importante destacar o formato ideal de publicações, conforme os cidadãos, no Gráfico 5 estão listadas todas as formas de postagens desejadas pelos cidadãos.

Gráfico 5 - Formato das publicações



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa (2022).

Por fim, destaca-se o formato de publicações a ser abordado, de acordo com os respondentes da pesquisa, sendo as publicações em formato de vídeos e textos as mais desejadas pela população. Em síntese, com a realização deste estudo pode-se verificar qual a opinião dos cidadãos em relação ao trabalho realizado pela prefeitura no gerenciamento das redes sociais municipais, bem como a importância que as redes sociais possuem na interação do poder público com os cidadãos do município, e ainda, foi possível averiguar quais assuntos os cidadãos preferem ver nas redes sociais do poder público, tal como a linguagem e a maneira em que estes assuntos devem ser abordados. Na sequência, apresentam-se as considerações finais deste artigo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo realizado, considerando a análise da contribuição das redes sociais na comunicação da prefeitura de um município da fronteira Oeste do Rio Grande do Sul com os cidadãos, com relação às redes sociais mais acessadas pelos cidadãos apurou-se que dentre as redes sociais que os cidadãos possuíam maior conhecimento, se sobressaíram o *Facebook* como a rede social de maior acesso e também o *Instagram* da prefeitura. Sendo assim, torna-se ainda mais propício para que a administração pública possa atender aos interesses dos cidadãos em relação aos formatos das postagens, sendo vídeos e textos elencados como os que os cidadãos mais gostam, pois tanto o *Instagram* quanto o *Facebook* permitem que sejam feitas postagens em ambos os formatos, como também em forma de enquetes e imagens.

Sobre a percepção dos cidadãos sobre a atuação da prefeitura nas redes sociais pode-se verificar que os cidadãos consideram as redes sociais como uma forma inovadora de comunicação entre o poder público e o cidadão, criando assim, um aumento na aproximação da população com os órgãos públicos. Porém, nota-se que existe uma dificuldade da prefeitura municipal em realizar o atendimento de demandas e/ou solicitações feitas por parte da população.

A respeito da visão dos cidadãos acerca da gestão das redes sociais municipais, o estudo permitiu com que fossem expressas as opiniões dos cidadãos e nesse quesito constatou-se que poucos concordam que a gestão das redes sociais é feita de maneira adequada.

Outrossim, nesta pesquisa foi possível ter um melhor conhecimento sobre a maneira que os cidadãos gostariam de ver as pautas municipais divulgadas nas redes sociais da prefeitura. Destarte, atender esses formatos de publicação, juntamente com as sugestões de temas a serem abordados são algumas maneiras que a administração pública possui para que o acompanhamento das redes sociais municipais aumente por parte dos cidadãos, o que atualmente existe, em maioria, de maneira eventual.

Tendo em vista a atual situação da gestão das redes sociais municipais, apresenta-se como alternativa à esta questão, a possibilidade de mudança na forma com que se dá a abrangência dos assuntos da prefeitura, conforme a percepção da população, a maneira ideal seria realizar uma mudança na divisão de assuntos e fazer com que haja uma abrangência que seja direcionada à cidade como um todo.

Ademais, conforme o levantamento realizado pela pesquisa, o investimento por parte da prefeitura em *feedbacks* e um aumento na comunicação por meio das redes sociais podem criar um aumento na aproximação dos cidadãos com o poder público municipal, gerando assim, uma gestão mais transparente com a população. Este trabalho permitiu compreender que existe uma deficiência por parte da prefeitura no que diz respeito às respostas das solicitações dos cidadãos, sendo assim, sugere-se que para que as solicitações dos cidadãos sejam atendidas, a prefeitura designe um responsável para tal tarefa, pois muitas das respostas feitas pela população já poderiam ter as respostas disponíveis em algum dos portais da instituição.

Outrossim, seria pertinente que os gestores municipais se empenhassem em manter uma atualização regular das redes sociais municipais para que, desta forma, haja um aumento no acompanhamento das redes sociais do município por parte da população. Em conjunto, seria necessário que os gestores colocassem em prática técnicas e abordagens direcionadas ao aumento do número de interações nas redes sociais, como a publicação de enquetes. Em suma, imprescindível que a prefeitura adeque suas redes sociais com o que se é esperado pelos cidadãos.

Quanto às limitações desta pesquisa, pode-se destacar a questão de o estudo ter considerado para fins de análise apenas um município da fronteira oeste e em sua maioria cidadãos que moram na região central, portanto, tendo poucos respondentes residentes em áreas mais afastadas do centro da cidade. Igualmente, não foram considerados os distritos que compõem o município escolhido, e ainda, este estudo limitou-se a uma abordagem quantitativa, logo, não foi possível esmiuçar as opiniões dos respondentes.

Ao encerrar esta pesquisa, sugere-se como futuros trabalhos a continuação desta investigação, porém, de uma maneira mais direcionada à parte da administração pública, para que se obtenha a percepção de ambas partes envolvidas na relação do poder público com o cidadão, pode-se também dar continuidade a este estudo, fazendo uso de uma abordagem qualitativa, para que assim a pesquisa possa ser direcionada, ainda mais, para os anseios dos cidadãos.

Além disso, sugere-se como alternativa de investigações futuras um estudo direcionado aos assuntos e formatos de publicação que são utilizados pela prefeitura, bem como uma análise da percepção dos usuários destas publicações para que, desta maneira, a prefeitura possa ter ciência, de forma mais específica, quais formulações de postagens são mais aceitas, e assim, melhorar ainda mais a participação da população nas redes sociais municipais. Ademais, sugere-se também uma investigação de como a troca de governos a cada nova eleição interfere na gestão nas redes sociais e de que maneira os servidores públicos poderiam minimizar este impacto, se existente.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Inês. **Redes sociais na internet: sociabilidades emergentes**. Covilhã: Universidade da Beira Interior. Labcom.IFP, 2016.
- ANDERSON, Lori; BISHOP, Patrick. **Communicative mechanisms of governance: E-Democracy and the Architecture of the Public Sphere**. 2011. 40 f. Tese (Doutorado) - College of Business and Economics, Radford University, Radford, 2011.
- ANDROUTSOPOULOU, Aggeliki; CHARALABIDIS, Yannis; LOUKIS, Euripidis N., "Using Social Media Monitoring for Public Policy Making - An Evaluation" (2015). **MCIS Proceedings**. 8., 2015.
- BARBOSA, Alexandre; GETSCHKO, Demi; GATTO, Raquel. Internet e cidadania: a importância dos espaços virtuais no seu exercício. **Informática Pública**, Edição Especial, 5 anos 2005-2009, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 77-85, jan. 2010.
- BEAL, A. **Gestão estratégica da informação: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.
- BERTOT, John Carlo; JAEGER, Paul T.; GRIMES, Justin M. Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government. **Transforming Government: people, process and policy**, v. 6, p. 78-91, 2012.
- BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2017. 100 p.
- CAMARA, Juliane Duarte. Comunicação pública e governança: intersecções e caminhos em busca da legitimidade das instituições públicas na contemporaneidade. 2017. 15 f. **Monografia** (Especialização em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes) – Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.
- CARDOSO, Gustavo; LAMY, Cláudia (2011). Redes sociais: comunicação e mudança. **JANUS.NET e-journal of International Relations**, v. 2, n. 1, 2011.
- CASTILHO, Auriluce Pereira; BORGES, Nara Rúbia Martins; PEREIRA, Vânia Tanús. **Manual de metodologia científica**. Itumbiara: Ulbra, 2011.
- CATTANI, Deborah. Gestão Pública em Redes Sociais: uma investigação sobre páginas de prefeituras brasileiras no Facebook. **Prisma.Com**, Porto, n. 30, p. 95-109, mar. 2016.
- DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. São Paulo: Futura, 1998.
- FARRANHA, Ana Cláudia; SANTOS, Leonardo Tadeu dos. Administração pública, direito e redes sociais: o caso da CGU no Facebook. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, Santa Maria, v. 10, n. 2, p. 742-767, fev. 2015.
- FERNANDES, Euclécio Alves. A evolução da comunicação impactada pela tecnologia. **Ideias e Inovação**, Aracaju, v. 3, n. 2, p. 93-102, set. 2016.
- GALLI, Fernanda Correa Silveira. Linguagem da internet: um meio de comunicação global. 14 f. **Dissertação** (Mestrado em Filologia e Linguística Portuguesa) – Curso de Pós-Graduação em Filologia e Linguística Portuguesa – Unesp/Assis, Assis, 2002.

- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.
- GUEDES, Terezinha Aparecida; ACORSI, Clédina Regina Lonardan; MARTINS, Ana Beatriz Tozzo; JANEIRO, Vanderly. **Estatística descritiva**. Maringá: Escola de Artes, Ciências e Humanidades, 2005.
- GUILARDUCCI, Renato Vieira. **E-GOV: para que e para quem?** 2007. 72 f. Monografia (Especialização) - Curso de Graduação em Ciência da Computação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007.
- GUIMARÃES, Paulo Ricardo Bittencourt. **Métodos quantitativos estatísticos**. 5. ed. Curitiba: Iesde Brasil S.A, 2008.
- HARRISON, T. M. GUERRERO, Santiago. BURKE, G. Brian. COOK, Meghan. CRESSWELL, Anthony. HELBIG, Natalie. HRDINOVÁ, Jana. PARDO, Theresa. Open government and e-government: democratic challenges from a public value perspective. **Information Polity**, v. 17, n. 2, p. 83-97, 2012.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados**. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados>. Acesso em: 15/07/2022.
- INSTITUTO FSB PESQUISA. **Mapa da comunicação brasileira**. 2013. Disponível em: <https://www.institutofsbpesquisa.com.br>. Acesso em: 24 jul. 2022.
- JARDIM, José Maria. A lei de acesso à informação pública: dimensões político-informacionais. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 12, jan. 2012.
- LIEDTKE, Paulo; CURTINOVI, Jéfferson. Comunicação pública no Brasil: passado, presente e futuro. **Comunicação pública**, Lisboa, v. 11, n. 20, jun. 2016.
- LIMA, P. R. S.; MOTA, F. R. L.; CASSÉ, A. P. O. M.; SALES, T. G. T. Redes sociais como ferramentas de transparência em tempos de covid-19: uma análise das publicações dos boletins epidemiológicos do estado de Alagoas. **Revista Logeion: Filosofia da Informação**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 88-107, 2021.
- MAINIERI, Tiago. (Re)pensando a comunicação organizacional na era digital. **Famecos Mídia, Cultura e Tecnologia**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 529-541, ago. 2011.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MARTINS, G. de A; DOMINGUES, O. **Estatística geral e aplicada**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Pesquisa mostra que 82,7% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/abril/pesquisa-mostra-que-82-7-dos-domicilios-brasileiros-tem-acesso-a-internet>. Acesso em: 26 maio 2022.
- MORAIS, Carlos Mesquita. **Escalas de Medida, Estatística Descritiva e Inferência Estatística**. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior de Educação, 2005.
- NASCIMENTO, Lebna Landgraf do. Setor público nas redes sociais digitais: um estudo com comunicadores. In: NOVELLI, A. L. (Org.). **Teorias e métodos de pesquisa em**

Comunicação Organizacional e Relações Públicas: entre a tradição e a inovação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2013. p. 949-968

PINGDOM, Solar Winds. **The top 20 countries on the Internet, and what the future might bring.** 2010. Disponível em:

<https://www.pingdom.com/blog/top-20-countries-on-the-internet/>. Acesso em: 26 jul. 2022.

PORTER, J. **Designing for the social web.** Thousand Oaks, CA: New Riders Press, 2008.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social:** métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

RODRIGUES, Luciano Braz dos Santos. As contribuições das redes sociais como ferramenta de governança e interação com os cidadãos: o caso da prefeitura municipal de Salvador. 2021. 107 f. **Dissertação** (Mestrado em Administração Pública) – Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2021.

SANTANA, Marília Barreto de; SOUZA, Cristiane Gabriela Boesing de. Uso das redes sociais por órgãos públicos no Brasil e possibilidades de contribuição do monitoramento para gestão. **Revista Gestão.Org**, Recife, v. 15, p. 99-107, dez. 2017.

SANTIAGO, Patrícia; BRANDÃO, Elizabeth Pazito; STABILE, Max. **Mapa da comunicação brasileira.** Brasília: Fsb Comunicações, 2013. 100 p.

SANTOS, Janaína; HARMATA, Felipe. Análise de caso da Prefeitura de Curitiba – a relação entre humor e serviço público na comunicação em redes sociais. 2013. 17 f. **Monografia** (Especialização Produção de Conteúdo para Mídias Digitais) – Curso de Pós-Graduação de Produção e Avaliação de Conteúdos Para Mídias Digitais – Universidade Positivo, Curitiba, 2014.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** São Paulo: Cortez Editora, 2014

SILVA, Danilo Moraes da; RIBEIRO, Ana Claudia Dias; SILVA FILHO, Esiomar Andrade. Redes sociais como ferramenta para acesso à informação na administração pública. **Perspectivas em Políticas Públicas**, Belo Horizonte, v. 11, n. 21, p. 267-294, jan. 2018.

TASCHNER, Gisela. Comunicação, sociedade e imaginários do consumo. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 7, n. 20, p. 35-57, nov. 2010.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração.** 2. ed. São Paulo: Editoria Atlas, 1998.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CIDADÃOS

- Respostas múltipla escolha
- A. Apenas uma resposta

***Obrigatório**

1. Idade*

2. Bairro*

3. Sexo*

Marcar apenas uma letra.

- a. Masculino
- b. Feminino

4. Escolaridade*

Marcar apenas uma letra.

- a. Sem instrução
- b. Ensino Fundamental
- c. Ensino Médio
- d. Ensino Superior
- e. Mestrado
- f. Doutorado
- g. Outro: _____

5. Pertence a qual tipo de organização?*

Marcar apenas uma letra.

- a. Pública
- b. Privada
- c. Autônomo
- d. Aposentado
- e. Não trabalho
- f. Outro: _____

6. Quais redes sociais da Prefeitura que você conhece/segue?*

Marque todas que se aplicam.

- a. Instagram
- b. Facebook
- c. Twitter
- d. Tiktok
- e. Não sei/Não conheço
- f. Outro: _____

7. Com qual frequência você acompanha/participa das redes sociais da Prefeitura?*

Marcar apenas uma letra.

- a. Diariamente

- b. 1 a 2 vezes por semana
- c. 1 a 2 vezes no mês
- d. Eventualmente
- e. Não sei/Não acompanho
- f. Outro: _____

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

Marcar apenas uma letra.

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo muito
- c. Discordo pouco
- d. Concordo pouco
- e. Concordo muito
- f. Concordo totalmente

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

Marcar apenas uma letra.

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo muito
- c. Discordo pouco
- d. Concordo pouco
- e. Concordo muito
- f. Concordo totalmente

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

Marcar apenas uma letra.

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo muito
- c. Discordo pouco
- d. Concordo pouco
- e. Concordo muito
- f. Concordo totalmente

11. Na sua opinião, as redes sociais da Prefeitura são um canal de comunicação?*

Marque todas que se aplicam.

- Acessível
- Igualitário
- Excludente
- Eficiente
- Não eficiente
- Eficaz

- Não eficaz
- Não acessível
- Não sei
- Outro: _____

12. Qual a linguagem que deve ser adotada pelas redes sociais da Prefeitura?*
 Marque todas que se aplicam.

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

13. Acredita que pode obter alguma informação ou resolver alguma demanda através das redes sociais da Prefeitura?*
 Marcar apenas uma letra.

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo muito
- c. Discordo pouco
- d. Concordo pouco
- e. Concordo muito
- f. Concordo totalmente

14. Acredita que as redes sociais da Prefeitura podem ser utilizadas como uma espécie de Ouvidoria municipal?*
 Marcar apenas uma letra.

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo muito
- c. Discordo pouco
- d. Concordo pouco
- e. Concordo muito
- f. Concordo totalmente

15. Acredita que com o aumento do número de feedbacks por parte dos gestores das redes sociais da Prefeitura, isso implicaria em maior confiança e maior utilização pelos cidadãos?*
 Marcar apenas uma letra.

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo muito
- c. Discordo pouco
- d. Concordo pouco
- e. Concordo muito
- f. Concordo totalmente

16. Já teve alguma solicitação ou demanda atendida através das redes sociais da Prefeitura? Se sim, quantas vezes?*
 Marcar apenas uma letra.

- a. De 1 a 3
- b. De 3 a 5
- c. Mais de 5
- d. Outro: _____

17. Acha que as redes sociais da Prefeitura são bem geridas?*

Marcar apenas uma letra.

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo muito
- c. Discordo pouco
- d. Concordo pouco
- e. Concordo muito
- f. Concordo totalmente

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

Marcar apenas uma letra.

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo muito
- c. Discordo pouco
- d. Concordo pouco
- e. Concordo muito
- f. Concordo totalmente

19. Acredita que através da divulgação de informações, eventos e dados através das redes sociais da Prefeitura isso torna a gestão municipal mais transparente?*

Marcar apenas uma letra.

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo muito
- c. Discordo pouco
- d. Concordo pouco
- e. Concordo muito
- f. Concordo totalmente

20. Como você gostaria de ver a abrangência das redes sociais da Prefeitura?*

Marcar apenas uma letra.

- a. Por órgãos/secretarias
- b. Por bairros/regiões
- c. Para a cidade como um todo
- d. Prefeituras Bairro
- e. Não sei
- f. Outro: _____

21. Quais assuntos gostaria de ver/participar nas redes sociais da Prefeitura? *

Marque todas que se aplicam.

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

22. Qual formato de publicação gostaria de ver nas redes sociais da Prefeitura?*

Marque todas que se aplicam.

- Vídeo
- Texto
- Áudio

- Charges
- Enquetes
- Outro: _____