Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro, v.06,2024

ISSN 2178-6925

O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NA COMUNICAÇÃO ENTRE O GOVERNO E O CIDADÃO

THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN COMMUNICATION BETWEEN GOVERNMENT AND CITIZENS

Vinícius Félix dos Santos
Graduando, IFRO PVH-ZN, Brasil
E-mail: viniciusfelixdossantos@gmail.com

Maria Ivanilse Calderon Ribeiro
Mestra, IFRO PVH-ZN, Brasil
E-mail: ivanilse.calderon@ifro.edu.br

Resumo

Este trabalho foi desenvolvido com base no estudo de teorias e conceitos existentes, além de uma pesquisa sobre o papel das redes sociais na administração pública, com o intuito de compreender como essas plataformas são utilizadas, de modo geral, pelo setor público. O objetivo desta pesquisa é apresentar e discutir como as instituições públicas e os governos utilizam as redes sociais para aprimorar sua comunicação e interação com os cidadãos. Para isso, realizamos um levantamento da literatura relacionada ao uso das redes sociais tanto pelo cidadão quanto pelo setor público. A metodologia envolveu uma revisão de literatura. Os resultados mostram que, com o aumento do uso das mídias sociais digitais, as administrações públicas enfrentam o desafio de adaptar-se e implementar ferramentas que promovam uma governança mais eficiente e transparente. Isso exige não apenas habilidades técnicas, mas também um profundo entendimento das dinâmicas sociais e políticas envolvidas nesse contexto.
Palavras-chave: Redes Sociais; Tecnologias da Informação e Comunicação; Comunicação Digital; Administração Pública.

Abstract

This work was developed based on the study of existing theories and concepts, as well as research on the role of social networks in public administration, with the aim of understanding how these platforms are generally used by the public sector. The objective of this research is to present and discuss how public institutions and governments use social networks to enhance their communication and interaction with citizens. To achieve this, we conducted a literature review related to the use of social networks by both citizens and the public sector. The methodology involved a comprehensive literature review. The results show that with the increasing use of digital social media, public administrations face the challenge of adapting and implementing tools that promote more efficient and transparent governance. This requires not only technical skills but also a deep understanding of the social and political dynamics involved in this context.
Keywords: Social Media; Information and Communication Technologies; Digital Communication; Public Administration.

ISSN 2178-6925

1. Introdução

A forma de comunicação do Estado com a população mudou drasticamente, principalmente devido ao surgimento da internet. A proliferação das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) em programas governamentais de diversos países tem sido notável nos últimos anos, impulsionada pelo avanço dessas tecnologias. Com o advento da internet e das tecnologias digitais, um novo paradigma social emergiu, que muitos autores descrevem como "Sociedade da Informação" ou uma rede baseada no poder da informação (Castells, 2002).

A expressão "transformação digital" tornou-se frequente no mundo dos negócios e já é uma realidade na administração pública. Diferentemente do que algumas empresas acreditam, essa transformação vai muito além do uso da internet e da atualização de softwares, pois ela veio para revolucionar os modelos de negócios, a sociedade e suas interações, resultando também em uma mudança cultural. Com a tecnologia, as organizações precisam se tornar mais organizadas, eficientes e automatizadas (Fonseca & Carapeto, 2009).

A tecnologia está cada vez mais presente em nossas vidas, tornando-se essencial dominarmos sua aplicação e informatizarmos os processos cotidianos. Com a pandemia, o número de pessoas e organizações que passaram a trabalhar de casa aumentou significativamente, forçando todos a se adaptarem a essa nova realidade e consolidando uma tendência que, embora muito discutida, vinha sendo implementada lentamente: o trabalho remoto. Outra tendência em crescimento é o uso das redes sociais como ferramenta para gestores se aproximarem dos cidadãos.

As redes sociais proporcionam aos usuários/cidadãos uma maior capacidade de diálogo e aproximação na rede, onde todos podem ser tanto emissores quanto receptores, alternando essas funções com facilidade. Para o Estado, as redes sociais podem representar uma alternativa adicional para se relacionar e interagir com os cidadãos, seja na divulgação de informações públicas, no controle social dos atos administrativos ou no monitoramento do conteúdo resultante dessa interação. Através da análise de dados e informações das trocas nas mídias sociais, os gestores públicos podem perceber os interesses dos cidadãos, permitindo o desenvolvimento de políticas públicas mais eficazes que atendam às necessidades da sociedade (Kniess, 2019).

ISSN 2178-6925

É conhecido que as mídias sociais já fazem parte da rotina diária da maioria dos brasileiros. Segundo uma pesquisa recente do Global Digital *Overview* 2021, realizada pelo site *We Are Social* em parceria com a *Hootsuite*, o Brasil é o país que mais utiliza mídias sociais na América Latina, com os brasileiros passando, em média, 10 horas e 8 minutos por dia conectados a essas plataformas. Diante desse cenário e do momento atual em que estamos todos repensando e revisando a forma como atuamos, nos conectamos e interagimos no ambiente virtual, especialmente devido à pandemia que exige a redução de deslocamentos e interações, devemos questionar quais estratégias as instituições públicas estão adotando para criar relações com as pessoas.

O objetivo deste trabalho apresenta uma revisão bibliográfica sobre a utilização das redes sociais pela administração pública, analisando como essas ferramentas são empregadas para melhorar a comunicação e a interação com os cidadãos. Espera-se que esta pesquisa seja relevante ao proporcionar uma maior compreensão sobre as relações entre o Estado e o cidadão.

2. METODOLOGIA

O trabalho consiste em uma revisão bibliográfica, um método de pesquisa que envolve a busca, avaliação crítica e síntese do conhecimento existente sobre um tema específico. Para esta revisão, foram utilizados artigos indexados nos bancos de dados do Pubmed, Scielo, Google Acadêmico, Bireme e Lilacs, tanto em português quanto em inglês.

A seleção dos artigos foi baseada no tema do estudo, com critérios de exclusão incluindo artigos repetidos, indisponíveis em texto completo, resenhas, anais de congresso, monografias, teses, editoriais, e aqueles que não abordaram diretamente o tema da pesquisa ou foram publicados fora do período de análise.

3. Revisão da Literatura

3.1 Conceitos de Redes Sociais

Musso (2006) define redes sociais como "uma das formas de representação dos relacionamentos afetivos, interações profissionais dos seres humanos entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos". Neste trabalho, adotamos essa definição, considerando as redes sociais como representações de relações

afetivas e/ou profissionais entre indivíduos que se agrupam em torno de interesses comuns, construindo redes informacionais por meio de interações virtuais.

As redes sociais, entendidas como um grupo de atores conectados por laços de amizades, trabalho ou troca de informação, aumentaram significativamente as possibilidades de interconexão entre os indivíduos sociais na web e trouxeram várias complexidades à participação social, que agora passou ocorre com a sobreposição de vários dispositivos tecnológicos (Moura, 2011). De acordo com Tomaél *et al.,* (2005) a inserção das redes é crucial para o compartilhamento da informação e do conhecimento, pois as redes são espaços valorizados para o compartilhamento da informação e para a construção do conhecimento. Os autores afirmam que as redes são responsáveis por manter canais e fluxos de informação em que a confiança e o respeito entre atores os aproximam e os levam ao compartilhamento de informações que afetam no conhecimento que possuem, modificando-o ou ampliando-o, além de fortalecer os laços entre atores com o poder de direcionar os fluxos de informação a indivíduos que partilham de interesses comuns.

De acordo com Recuero (2011), as redes sociais rapidamente se tornaram populares para trocas colaborativas entre adultos e jovens, aumentando significativamente a conectividade e interação entre grupos sociais. Essa popularidade se deve à eficácia dessas plataformas para a disseminação de conteúdo e ideias. As redes sociais se destacam pela facilidade com que as mensagens podem ser criadas e transmitidas, pelo rápido acesso e pela capacidade de conectar pontos distantes, facilitando a troca de conhecimentos e o gerenciamento de perfis para aceitar e difundir essas informações. O rápido avanço e a evolução das comunidades virtuais, como as conhecemos hoje, foram impulsionados pela adoção em massa por diversas camadas da população, especialmente por adolescentes e jovens adultos de diferentes classes sociais (Castells, 2011).

2.2 A Utilização das Redes Sociais

De acordo com uma publicação da revista Forbes em 2016, o Brasil se destaca como o país líder no uso de redes sociais na América Latina, contabilizando 93,2 milhões de usuários. Já em 2017, segundo o estudo Digital Global *Overview*, esse número cresceu para 122 milhões de usuários ativos nas

ISSN 2178-6925

redes sociais. As mídias digitais e as redes sociais se tornaram elementos essenciais no cotidiano da sociedade, levando tanto instituições públicas quanto privadas a incorporarem essas plataformas como ferramentas estratégicas em suas atividades.

Quanto ao uso das redes sociais como ferramenta de comunicação digital, o estudo Mapa da Comunicação Brasileira de 2018, conduzido pelo Instituto FSB Pesquisa, identificou as mídias sociais como a segunda atividade mais citada na área de comunicação do setor público. Com a ascensão de novos líderes comprometidos com uma gestão mais moderna, 94% dos gestores do setor público reconheceram a necessidade de desenvolver novas estratégias de comunicação para se adequarem a essa nova realidade. Além disso, 56% desses gestores mencionaram a necessidade de reconfigurar suas equipes de comunicação. O estudo também destacou que o setor público possui particularidades que exigem uma abordagem específica de comunicação, enfatizando valores como ética, reputação e serviço ao cidadão.

Entretanto, dados da pesquisa TIC - Governo Eletrônico 2015, realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, revelam disparidades regionais em relação à presença na internet. Embora praticamente todas as prefeituras das regiões Sul (99%), Centro-Oeste (98%) e Sudeste (92%) tenham websites, a proporção é menor nas regiões Norte (78%) e Nordeste (76%). No que diz respeito à presença das prefeituras nas redes sociais, os resultados são mais equilibrados, com 67% das prefeituras do Norte, 66% do Nordeste, Sul e Centro-Oeste, e 64% do Sudeste possuindo perfis ou contas em redes sociais. Em termos de esferas governamentais, o Executivo (91%) apresenta o menor percentual de presença na web. A pesquisa também revelou que 92% dos órgãos públicos federais e 74% dos estaduais têm perfis ou contas próprias em redes sociais. No Judiciário, 99% dos órgãos possuem websites e 94% têm perfil em alguma rede social.

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 indicam que 84% das prefeituras realizam publicações diárias ou semanais em seus perfis, com as principais atividades incluindo 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%). Nos órgãos públicos federais e estaduais, 86% atualizam suas redes sociais diariamente ou semanalmente, com atividades semelhantes, como postagem de notícias sobre os órgãos públicos (93%), divulgação de serviços ou campanhas (90%) e resposta a dúvidas e comentários dos cidadãos (82%), destacando a atuação mais eficaz dos órgãos públicos federais nas redes sociais.

Assim, as redes sociais se tornaram mais do que apenas uma forma de entretenimento pessoal e têm complementado o processo de comunicação e informação na sociedade contemporânea. Sua simplicidade e rapidez de uso levaram as pessoas a visualizarem os perfis de prefeituras, órgãos e setores públicos com frequência, seja no *LinkedIn, Instagram, Facebook*, site da prefeitura ou *Twitter*. As redes sociais têm ganhado espaço devido à praticidade e à redução dos custos nos processos de gestão participativa e brainstorming, resultando em retorno mais rápido e na montagem de uma base de dados para estudos e projetos futuros. O uso das redes sociais é uma prática cada vez mais comum e presente no setor público, e tudo indica que continuará a crescer nos próximos anos.

O aumento do número de usuários nas redes sociais inclui gerentes de recursos humanos, gestores, órgãos governamentais, políticos, empregadores, potenciais servidores, cidadãos comuns e pesquisadores. As redes sociais representam uma das formas mais rápidas e fáceis de alcançar o público desejado. Por essa razão, a maioria das organizações já está presente nas redes sociais, visando promover seus produtos e serviços. Essa tendência também está se tornando evidente no setor público. Adicionar conteúdo novo para atrair o interesse das pessoas é uma prática facilmente incorporada às estratégias organizacionais, por meio de estudos online e monitoramento dos perfis de determinados grupos, incluindo publicações, comentários e outras formas de divulgação pública. Analisar o comportamento das pessoas e seu interesse em relação a certos temas nas

redes sociais é um recurso valioso na avaliação e na proposição de políticas públicas (Solides, 2020).

Por fim, é importante destacar que o grande volume de interações durante a pandemia pode dificultar o trabalho dos gestores de redes sociais, levando à perda de boas ideias, sugestões e informações devido a coincidências de horários, problemas de conexão com a internet e alta quantidade de mensagens, entre outros desafios comuns nesse ambiente Solides (2020). Sendo assim, por parte dos governos, é importante reconhecer que a exposição de suas atividades organizacionais demonstra transparência não apenas com os cidadãos, mas também com colaboradores, parceiros, fornecedores e partes interessadas.

3.3 O Papel das Redes Sociais na Administração Pública

A maioria das entidades governamentais, como prefeituras, câmaras municipais, órgãos estaduais e até mesmo políticos, como vereadores, prefeitos, deputados e governadores, reconhecem cada vez mais as oportunidades e benefícios advindos de uma presença eficaz nas redes sociais. Para acompanhar essa rápida evolução dos meios digitais, é fundamental compreender como o uso dessas plataformas tem o potencial de alcançar e se aproximar dos cidadãos, constituindo um novo canal de comunicação essencial para promover uma fase de humanização nas relações de troca de informações.

O uso das redes sociais representa uma forma inovadora de ampliar os canais de comunicação utilizados pelos órgãos públicos, proporcionando uma plataforma para interagir com a sociedade, divulgar informações públicas, exercer o controle social sobre os atos administrativos e monitorar o conteúdo gerado por essa interação. Além disso, as redes sociais permitem aos gestores coletar informações detalhadas e precisas sobre as demandas locais e os anseios da população, além de oferecer *feedback* com maior agilidade (Santos, 2016).

Na era digital, as redes sociais, como *Facebook, Twitter, LinkedIn* e *Instagram*, desempenham um papel fundamental na divulgação de eventos, políticas públicas, vagas de emprego, interação com a população e troca de informações. No entanto, é importante ressaltar que o uso dessas plataformas requer cuidado e planejamento, pois, se mal utilizadas, podem expor informações

ISSN 2178-6925

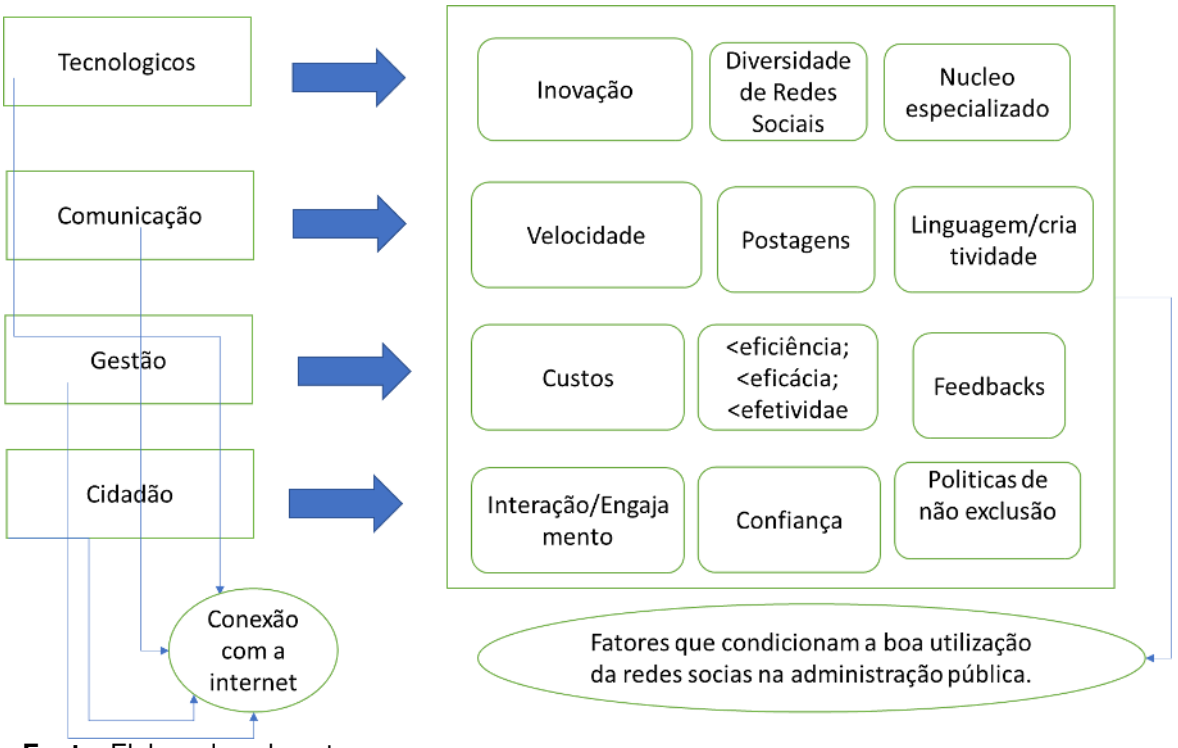
confidenciais, divulgar projetos ainda não aprovados ou gerar críticas prejudiciais à administração pública (Farranha *et al*., 2015).

O avanço tecnológico está aproximando cada vez mais as pessoas umas das outras, o que impulsiona os profissionais que trabalham nas organizações públicas a buscar maneiras de estreitar essa relação em todas as áreas de atuação, direcionando as estratégias de comunicação digital para o planejamento, definição de objetivos e metas, compreensão dos públicos-alvo, monitoramento e avaliação das ações, visando garantir o alcance dos objetivos gerais da organização. De acordo com o estudo de Santos e Harmata (2013), uma experiência pioneira em um órgão do poder judiciário demonstrou que "o equilíbrio entre o uso do humor e uma linguagem adequada ao meio, juntamente com informações e serviços públicos, pode promover a aproximação entre um órgão público e sua população".

Esse modelo resultou em melhorias significativas nos canais de atendimento e maior rapidez no esclarecimento de dúvidas dos cidadãos. Outro aspecto positivo do uso das redes sociais foi a abertura para a participação popular nas contribuições para a Lei Orçamentária Anual, evidenciando a importância do diálogo entre administração e população nesses meios para discutir os rumos do município. Segundo dados do órgão, foram recebidas 4.218 contribuições por meio virtual, em contraste com apenas 1.267 por outros meios, como urnas e central telefônica. O modelo conceitual abaixo (Figura 1) ilustra as variáveis que devem ser consideradas para que os órgãos públicos possam utilizar as redes sociais de forma eficaz, destacando os fatores que influenciam a eficiência e a eficácia dessa ferramenta.

ISSN 2178-6925

Figura 1: Variáveis que devem ser consideradas pelos órgãos públicos.



Fonte: Elaborado pelo autor.

A otimização dos resultados das redes sociais pela Administração pública requer a consideração das variáveis apresentadas na Figura 1, pois estão inter-relacionadas e dependentes umas das outras. Portanto, uma gestão eficaz de todas essas variáveis é essencial para aumentar a probabilidade de alcançar os resultados desejados por meio desse meio de comunicação. Ao analisar essas variáveis, torna-se possível identificar o que está funcionando bem, o que precisa ser aprimorado e como fazê-lo, visando criar um modelo que se aproxime do ideal tanto para a população quanto para os gestores. No aspecto da tecnologia, as organizações devem buscar constantemente os recursos tecnológicos mais avançados e eficientes, tais como internet de alta velocidade, softwares atualizados e sofisticados, equipamentos modernos e pessoal qualificado para operá-los..

Quanto à comunicação, é essencial que a administração mantenha uma programação regular de postagens e escolha a linguagem e o formato mais adequados para que sua mensagem seja clara e compreensível para o seu público-alvo, visando alcançar o maior número possível de cidadãos. Isso nos leva à variável gestão, onde é fundamental trabalhar a interação com os cidadãos,

garantindo que os órgãos ou secretarias que fornecem informações ou serviços tenham pessoal qualificado e em número suficiente para atender às solicitações dos cidadãos e respondê-los prontamente, além de lidar adequadamente com suas demandas e sugestões para oferecer soluções eficazes para a cidade ou estado, sempre considerando a relação custo-benefício.

Por fim, os próprios cidadãos desempenham um papel fundamental nesse processo, pois são eles que impulsionam todo o funcionamento desse sistema. No entanto, para isso, precisam confiar no sistema, ter suas demandas respondidas e atendidas, além de políticas inclusivas para garantir que todas as parcelas da população tenham acesso às redes sociais. Isso inclui acesso gratuito à internet, pontos de assistência e orientação sobre o uso desses canais, linguagem e temas voltados para minorias, entre outros aspectos.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo ressalta que o processo de e-participação, especialmente por meio das redes sociais, é moldado por uma gama diversificada de atores, como gestores públicos, políticos, cidadãos e outros stakeholders. Observou-se que estruturas políticas estabelecidas, como as presentes em prefeituras, podem influenciar significativamente esse processo, controlando o fluxo de informações e mantendo relações de poder consolidadas. No entanto, a interação dinâmica entre esses atores pode desempenhar um papel crucial na transformação dessas dinâmicas de poder, potencialmente abrindo caminho para uma participação mais inclusiva e transparente.

Ficou evidente que apenas a presença *online* não é suficiente para as organizações públicas. É imperativo que elas desenvolvam e implementem estratégias digitais eficazes para se comunicar de maneira eficiente com os cidadãos. Com o aumento do uso das mídias sociais digitais, as gestões públicas enfrentam o desafio de se adaptar e adotar ferramentas que promovam uma governança mais eficaz e transparente. Isso requer não apenas habilidades técnicas, mas também uma compreensão aprofundada das dinâmicas sociais e políticas envolvidas nesse processo.

À medida que avançamos para um mundo cada vez mais digital, as organizações públicas precisam buscar ativamente alternativas jurídicas e gerenciais para adotar e utilizar as ferramentas das redes sociais com maior

ISSN 2178-6925

assertividade. Essas plataformas oferecem oportunidades significativas para fortalecer a participação cívica, promover a transparência e construir uma relação mais próxima e colaborativa entre governos e cidadãos. Portanto, é fundamental que os gestores públicos estejam preparados para abraçar essas mudanças e explorar todo o potencial das redes sociais para o bem comum.

5. REFERÊNCIAS

Castells, M. (2002). **A internet e a sociedade em rede.**

Castells, M. (2011). **A galáxia da internet: Reflexão sobre internet, negócios e sociedade. Zahar.**

Carapeto, C. & Fonseca, F. (2009). **Governação, Inovação e Tecnologias**
O Estado Rede e a Administração Pública do Futuro. Lisboa: Edições Sílabo.

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.

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.

MOURA, Maria Aparecida. **Cultura informacional, redes sociais e lideranças comunitárias: uma parceria necessária.** In: MOURA, Maria Aparecida (org). **Cultura informacional e liderança comunitária: concepções e práticas**. Belo Horizonte: UFMG/PROEX, 2011. 150p.

Recuero, R. (2011). **Redes sociais na internet**. Sulina.

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, 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.fjp.mg.gov.br/handle/tede/358

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/

TOMAÉL, M.I.; ALCARÁ, A.R.; DI CHIARA, I.G. **Das redes sociais à inovação. Ciência da Informação**, v.34, n.2, p.93104, 2005. Disponível em: < http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/642/566>.