



## **A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: UM ESTUDO NA PREFEITURA DA VITÓRIA DE SANTO ANTÃO**

José João dos Santos Júnior<sup>1\*</sup>, Rafaella Leandra Souza do Nascimento<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal Rural de Pernambuco

\*E-mail para contato: santosjunior1000@gmail.com, rafaellalsn@gmail.com

**RESUMO** - Com os avanços da internet e as ferramentas de comunicação, abriram-se várias possibilidades para os governos interagirem com a sua população, e assim conseguindo uma maior aproximação e interação com todos. Baseando-se nisso, o presente estudo visa demonstrar como o uso das Tecnologias da Informação e Comunicações pode melhorar a qualidade dos serviços públicos prestados, relatando como exemplo a utilização das redes sociais pela prefeitura da Vitória de Santo Antão no estado de Pernambuco. A prefeitura utiliza as redes sociais para se aproximar da população da cidade, e com isso, medir a satisfação dos cidadãos. Quanto à metodologia utilizada nesse trabalho, a pesquisa é caracterizada como qualitativa de procedimento bibliográfico e documental. As fontes de dados utilizadas foram livros, revistas eletrônicas, artigos científicos, além de sites governamentais e redes sociais. A prefeitura utiliza as seguintes redes sociais: Instagram, Youtube e Facebook. Após a analisar os resultados, verificou-se que as redes sociais da prefeitura da Vitória de Santo Antão são utilizadas para divulgar conteúdos como dados e estatísticas sobre a cidade, informações sobre serviços, como vagas de empregos, ações referentes a saúde e educação, obras e melhorias para a cidade e campanhas institucionais.

**Palavras-chave:** Tecnologia da Informação, Redes Sociais, Gestão Pública.

### **1. INTRODUÇÃO**

Os aspectos de vida tiveram mudanças consideradas com a chegada da internet, e abriu novas ideias sociais, políticas e econômicas. Neste sentido, chama atenção a forma com que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) se tornaram importantes canais de informações e comunicação entre todos. Segundo Castells (2002, p. 39), uma revolução tecnológica concentrada nas TICs está mudando a base material da sociedade em velocidade acelerada. Economias por todo o mundo passaram a manter interdependências globais, apresentando uma nova forma de relação entre a economia, o estado e a sociedade em um sistema de geometria variável.

Uma dessas tecnologias é a internet, a qual tem a facilidade de distribuir notícias em um curto espaço de tempo e é capaz de oferecer condições para as pessoas terem acesso a diversos serviços independente de tempo e localização geográfica. Com a evolução das TICs presenciada nos últimos anos, a população brasileira está cada vez mais conectada. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2019, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, de acordo com o levantamento, 82,7% dos domicílios nacionais possuem acesso à internet, um aumento de 3,6 pontos percentuais em relação a 2018 (IBGE, 2019). Dentro da internet estão as redes sociais que são umas das principais



responsáveis ou se não a maior responsável pela disseminação dessas informações. Segundo Castells (2002, p. 8) “as redes sempre serão os componentes fundamentais de uma organização, as mesmas são capazes de formar-se e expandir-se por todos os caminhos da economia global”.

Macedo (1999) traz que a capacidade que a organização tem de utilizar a informação de forma estratégica é parte das relações entre os indivíduos e grupos que cooperam com competências específicas para que o propósito compartilhado seja alcançado. Seguindo esse contexto, as redes sociais são uma forma de quebrar essa barreira de comunicação entre poder público e população. Segundo Pinto e Junqueira (2009), as redes sociais são formadas por pessoas e empresas conectadas por meio de relações sociais, as mesmas e assim formando grupos de conhecimento. O maior benefício das redes sociais é a velocidade com que a informação é disseminada, com isso temos pessoas cada vez mais conectadas. Em pesquisa informada pelo IBOPE Conecta entre os dias 21 e 26 de junho de 2018 constatou-se que os aplicativos mais usados em smartphones pelos internautas brasileiros são as redes sociais, totalizando 75% das respostas (IBOPE, 2018).

Nesse contexto, pode-se destacar a importância das redes sociais como estratégias de aprimoramento do serviço público, pois dessa forma pode-se interligar as instituições públicas e seus usuários, onde o usuário pode participar de forma mais efetiva nas decisões do poder público tornando-o cada vez melhor. Diante dessas informações, o presente artigo tem como objetivo apresentar as redes sociais como uma ferramenta de ligação entre os usuários e as instituições públicas mostrando a importância de sua utilização para melhorar os serviços prestados e assim melhorando a qualidade e excelência esperada pelos cidadãos.

Para contextualização do estudo deu-se como exemplo o uso das redes sociais pela Prefeitura da Vitória de Santo Antão, estado de Pernambuco. Para esse estudo será utilizada uma pesquisa qualitativa com o procedimento bibliográfico e documental. Essas redes sociais podem ser para a administração pública um novo e moderno canal de comunicação para interação com o cidadão, tanto para divulgação de informações públicas e transparências dos atos administrativos.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

O referencial teórico foi estruturado em quatro tópicos, todos com intuito de integrar os assuntos propostos e alcançar o objetivo final. No primeiro tópico, fala-se sobre a importância da comunicação para as organizações, já no seguinte, aborda-se o uso das TICs pela administração pública. Após isso, mostra-se a evolução da administração pública com o uso da internet, e por fim, como as redes sociais podem ser grandes facilitadores de informações entre a administração pública e população.

### **2.1 Comunicação Organizacional**

A comunicação é a parte mais importante das organizações. A mesma é formada por pessoas que se comunicam entre si por diversos meios, e são de suma importância para sobrevivência e alcance dos objetivos organizacionais. De acordo com Rego (1986, p. 17), a comunicação destaca-se mediando os interesses dos participantes, empresa, unidade econômica e os interesses da administração. Portanto, entende-se que não há uma boa gestão de relacionamentos sem uma comunicação organizacional efetiva.



É através da comunicação que a imagem de uma organização se constrói e se consolida. A comunicação organizacional é responsável pelo fortalecimento dessa boa imagem perante o público e os colaboradores. Essa imagem deve ser trabalhada diariamente para que a mesma sempre esteja em alta perante todos. Segundo Carvalho (2017), uma das funções mais importantes da comunicação organizacional é gerenciar os relacionamentos com os diversos públicos, com foco no fortalecimento positivo da imagem da organização.

Uma forma muito eficiente de se trabalhar esse bom relacionamento, é sempre manter uma excelente comunicação interna, pois, Kunsch (2009), a comunicação interna é uma ferramenta estratégica que incentiva o diálogo, a troca de informações e experiências e participação em todos os níveis. Um dos problemas mais preocupantes e recorrentes hoje para um gestor em geral, é lidar com o mau uso da comunicação do seu ambiente organizacional. Independente do segmento empresarial, um ambiente de trabalho com uma excelente comunicação, é primordial para uma corporação se manter e prosperar no mercado competitivo atual (CARVALHO, 2017).

A falta de uma comunicação eficaz gera intranquilidade e instabilidade num grupo de trabalho, pois os prejuízos trazidos à instituição por causa dela, trazem um desequilíbrio para a corporação. A consequência de uma falha na comunicação pode gerar conflitos e mal-entendidos no ambiente de trabalho, trazendo choques para a equipe, impactando no desempenho e na produtividade dos profissionais, além de interferir diretamente nos negócios, resultados da empresa e, por fim, no próprio lucro (CARVALHO, 2017).

Para que o fluxo da comunicação organizacional ocorra corretamente, as instituições precisam utilizar meios de comunicação. Segundo Carvalho (2017), os principais tipos de comunicação são:

- **Comunicação institucional:** São as comunicações feitas com o ambiente externo; os processos são conduzidos pela assessoria de imprensa.
- **Comunicação interna:** comunicação direcionada ao público interno.
- **Comunicação mercadológica:** contemplam as estratégias de marketing, publicidade e propaganda.
- **Endomarketing:** responsável pelas ações de marketing para o público interno da instituição.
- **Comunicação integrada:** Articula todas as outras formas de comunicação organizacional para que o fluxo de informações, ocorram sem “ruídos” que possam comprometer as relações internas e externas da empresa.

## **2.2 Tecnologia da Informação e Comunicação na Administração Pública**

Segundo Mendes (2008), Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) são um conjunto de recursos tecnológicos que, se estiverem integrados entre si, podem proporcionar a automação e/ou a comunicação de vários tipos de processos existentes nos negócios, no ensino e na pesquisa científica, na área bancária e financeira, entre outros. Ou seja, são tecnologias usadas para reunir, distribuir e compartilhar informações. Nos tempos de hoje, com a revolução tecnológica, utiliza-se cada vez mais as TICs, tanto a nível individual como organizacional. Portanto, uma organização, pública ou privada, que não use um bom sistema



de informação, adequado aos seus objetivos funcionais, não está preparada para os desafios do mundo atual.

Já no setor público podemos dizer que o uso das TICs, tanto aumenta a participação do cidadão como também aumenta a transparência sobre as políticas públicas, assim pode-se considerar esse assunto, como de grande importância, tanto para os governos como para os cidadãos. Segundo Mendes (2008), outra área de crescimento do uso de TICs é a dos gestores públicos, nos seus processos administrativos, pois permite transparência e beneficia toda a sociedade. É o surgimento do governo eletrônico, o chamado e-gov.

Dias, Sano e Medeiros (2019) falam que a explosão do uso da Internet em meados da década de 1990 potencializou a adoção das TICs em países como o Reino Unido, Canadá, Austrália e Nova Zelândia, que logo incluíram suas políticas de governo eletrônico, em especial com a implementação da prestação de serviços eletrônicos no centro de seu programa de modernização do governo. No caso brasileiro, a política de governo eletrônico ganha institucionalidade no ano de 2000, através do Decreto Presidencial de 3 de abril de 2000 (BRASIL, 2000).

O desenvolvimento do governo eletrônico é de suma importância na criação de uma administração pública eletrônica brasileira. De acordo com o Decreto nº 10.332, de 28 de abril de 2020, o governo brasileiro tem desenvolvido e implementado estratégias para obter um maior nível de eficiência, eficácia e principalmente transparência, para que o cidadão tenha melhores serviços como também melhor acesso às informações públicas (BRASIL, 2020b).

Hoje através das TIC, pode-se acessar diversos sites de serviços governamentais, e com isso conseguir informações de forma mais rápida e sem precisar sair de casa e enfrentar grandes filas de espera. Como afirma Samy Liberman, secretário-adjunto da Secom, em matéria publicada no site [www.gov.br](http://www.gov.br) em 31/07/2020:

Quando você tem um único lugar, o cidadão não precisa sair procurando e ele consegue achar informações confiáveis, porque sabe que são as informações oficiais, em um único lugar. Todas as notícias relacionadas ao governo, todas as questões sobre licitações, concursos, questões que envolvem coisas oficiais (BRASIL, 2020a).

Ainda segundo a matéria, o número de brasileiros com conta no gov.br e que podem acessar serviços de diferentes órgãos com uma única senha ultrapassa os 72 milhões. São mais de 3,6 mil serviços disponíveis, sendo 59% totalmente digitais, ou seja, que podem ser feitos sem sair de casa.

Mesmo assim, ainda existem algumas barreiras que podem afetar a efetividade do governo eletrônico, e uma delas é a barreira de acesso. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Tecnologia da Informação e Comunicação (PNAD Contínua - TIC) de 2019, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, a cada quatro pessoas no Brasil uma tem não tem acesso ao recurso à internet, totalizando cerca de 46 milhões de brasileiros (IBGE, 2019). Visando quebrar essa barreira, segundo o Documento base do Programa Nacional de Banda Larga, governo federal vem adotando a visão de que a inclusão digital representa garantir que os cidadãos e instituições disponham de meios para acessar, utilizar, produzir e distribuir informações e conhecimento, por meio das TICs, de forma que possam participar de maneira efetiva e crítica da sociedade da informação (CGPID, 2010).



### **2.3 Administração Pública e a Internet**

Segundo Castells (2003), a Internet permite a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global. Percebe-se que a internet torna-se mais presente no cotidiano e que a mesma é uma excelente forma de facilitar e contribuir para o desenvolvimento da sociedade. Conforme Castells (2003), a influência das redes norteadas na internet vai muito além do número de seus usuários: diz respeito também à qualidade do uso. Atividades econômicas, sociais, políticas, e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela Internet e em torno dela, como por outras redes de computadores, alterando as formas de interação, como explica Eisenberg e Cepik (2002). As possibilidades democráticas podem e serão afetadas por novas tecnologias, porque as mesmas têm a capacidade de mudar a maneira como um grande número de pessoas interage e se comunicam (EISENBERG; CEPIK, 2002).

Neste cenário, a Internet surge como meio de fortalecimento das relações entre a administração pública e a sociedade. Entende-se que através desse fortalecimento, pode-se proporcionar um meio de interação através do qual a sociedade e a administração pública podem trocar informações. Reconhece-se esse pensamento em Duarte (2007), que explica que governos podem ajudar no estabelecimento de padrões adequados de comunicação na sociedade por meio da formalização e adoção de múltiplas políticas públicas que orientem os processos de interação e troca de informações de interesse coletivo.

Através da criação desse canal de comunicação, a administração pública pode divulgar suas ações, prestar atendimento à sociedade e principalmente, tornar-se uma instituição mais transparente. Segundo Silva (2013), quando se pensa em transparência, a primeira ideia que nos vêm à cabeça, é a de publicidade das ações dos governos, no entanto, são necessárias outras medidas que vão além da simples divulgação dos serviços públicos realizados ou prestados à sociedade.

Uma gestão pública transparente permite à sociedade, com informações, colaborar no controle das ações de seus governantes, com intuito de checar se os recursos públicos estão sendo usados como deveriam (UNIÃO, 2021). Para que tais informações sejam divulgadas de forma eficiente precisa-se de uma boa publicidade. Bezerra, Borges e Valmorbidia (2012) explicam que a divulgação das informações são um atributo necessário para a transparência governamental, permitindo-se o aprimoramento das instituições, no que se refere ao desempenho dos programas governamentais, transparência e responsabilidade perante a sociedade.

Essa transparência de informações é uma obrigação do poder público para com a sociedade. 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, 1988).

### **2.4 O uso das Redes Sociais na Administração Pública**

Segundo Diana (2020), as redes sociais são espaços virtuais onde grupos de pessoas ou empresas se relacionam através do envio de mensagens, da partilha de conteúdo, entre outros. Hoje no Brasil, segundo levantamento divulgado em 2018 pelo TIC Domicílios, mostra que sete em cada dez brasileiros estão conectados à Internet (CETIC, 2018). Já a





pesquisa realizada pela pelas empresas We are Social e Hootsuite, divulgada através do relatório digital em 2021, mostra que o Brasil conta com 70,3% da sua população conectada através de redes sociais (SOCIAL; HOOTSUITE, 2021). Destaca-se no Brasil hoje as seguintes redes sociais por porcentagem de acessos: Youtube com 96%, Whatsapp com 91,7%, Facebook com 89,8% e o Instagram com 86,3%, (SOCIAL; HOOTSUITE, 2021). Sobre o impacto das redes sociais na vida das pessoas, pode-se entender:

Neste século XXI, em cada novo dia, as redes sociais estão mais presentes na vida das pessoas. Elas invadiram a vida social e familiar. Elas são, atualmente, sem sombra de dúvidas, o maior instrumento de troca de informações existente no universo, sua velocidade e sua praticidade possibilitam a interação instantânea entre usuários do mundo todo (LESSA, 2018).

Santos (2016) afirma que as mídias sociais podem representar para o Estado mais uma alternativa de interação com o cidadão, tanto na divulgação de informações públicas e no controle social dos atos administrativos, quanto no monitoramento do conteúdo resultante dessa interação. Percebe-se hoje que o uso das redes sociais pelos gestores públicos é indispensável, pois, através delas a possibilidade de a sociedade emitir suas opiniões e interagir com o poder público.

Segundo Wingler (2017), hoje se torna praticamente obrigatório os gestores públicos serem adeptos deste “novo” meio de comunicação popular e poderoso. É importante abordar alguns estudos sobre o uso das redes sociais por órgãos públicos.

Segundo o trabalho de Silva, Daltro, Santos e Oliveira (2015), analisou-se a utilização das redes sociais pelos municípios do Recôncavo do estado da Bahia. Os resultados desse estudo mostraram que 70% dos municípios do Território Recôncavo, já tinham suas respectivas administrações públicas inseridas no Facebook no início de 2013 e que em 60% dos perfis havia comentários de usuários.

Já no trabalho de Santos e Harmata (2014), falou-se sobre a experiência pioneira da Prefeitura de Curitiba, a qual usa suas redes sociais para criar um equilíbrio entre uso do do humor e uma linguagem adequada ao meio com informações. Os resultados dessa pesquisa mostraram que ao se aproximar do cidadão usando o humor, a Prefeitura conseguiu transformar os sites de redes sociais em grandes facilitadores de informação.

Na pesquisa de Rangel (2018), buscou-se a identificar como a Prefeitura Municipal de Varginha faz uso das redes sociais para dar publicidade aos seus atos administrativos. Os resultados apresentados mostraram que janeiro de 2017 e março de 2018 a prefeitura de Varginha usou as redes sociais como meio de publicações de propagandas de eventos promovidos pela administração e serviços de utilidades públicas.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1 Lócus**

Para estudo foi utilizada a prefeitura da Vitória de Santo Antão no estado de Pernambuco. Vitória de Santo Antão é um município Brasileiro do Estado de Pernambuco, Região Nordeste do país, distante 46 quilômetros da capital estadual, Recife. A cidade pertence à mesorregião Mata Centro, com municípios limítrofes: Glória do Goitá, Pombos, Moreno e Escada. Possui uma área de aproximadamente 368 km<sup>2</sup> (VITÓRIA, 2021). Sua



população estimada de acordo pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística é de 139.583 pessoas. (IBGE 2020).

Atualmente, a prefeitura da Vitória de Santo Antão conta com vários meios de comunicação e divulgação, são eles o próprio site institucional da prefeitura, onde através dele pode-se acessar o Portal da Transparência, o portal do servidor público, portal do contribuinte, a Ouvidoria, por exemplo. No entanto, vem utilizando as redes sociais como forma de chegar a sua população. A cidade utiliza principalmente as seguintes redes sociais como forma de chegar à sociedade: Instagram, Youtube e Facebook.

### **3.2 Descrição da Metodologia da Pesquisa**

Para o presente trabalho, a aplicação da pesquisa é classificada como exploratória em relação aos objetivos. Segundo Gil (2002), estas pesquisas proporcionam maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Quanto à natureza, a pesquisa é definida como qualitativa. Para Gil (2002), a análise qualitativa é definida como um processo de sequência de atividades, que envolve a redução dos dados, a categorização dos mesmos e sua interpretação e redação do relatório.

Para explorar o cenário estudado, adotou-se como procedimento a pesquisa documental e bibliográfica. Sabe-se que a pesquisa documental se assemelha muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes, enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa (GIL, 2002).

Já a pesquisa documental apresenta uma série de vantagens. Entre elas, os documentos constituem fonte rica e estável de dados, baixo custo, pois a análise dos documentos, em muitos casos, além da capacidade do pesquisador, exige apenas disponibilidade de tempo. Além disso, não exige contato com os sujeitos da pesquisa, pois em muitos casos, esse contato é de difícil acesso e às vezes impossível (GIL, 2002).

O presente estudo tem como objetivo identificar o uso das redes sociais pela prefeitura da Vitória de Santo Antão, para dar publicidade a seus atos administrativos. Utilizou-se como levantamento de dados websites governamentais e de órgãos públicos nacionais, como o site oficial da prefeitura da Vitória Santo Antão, disponível em [www.prefeituradavitoria.pe.gov.br](http://www.prefeituradavitoria.pe.gov.br) e também através de suas principais redes sociais, sendo Instagram, Facebook e YouTube, onde periodicamente são disponibilizadas as publicações contendo os atos da administração municipal.

Também se utilizou como fonte de dados sites de instituições especializadas em tecnologias, revistas eletrônicas, dados de pesquisas sobre o assunto, redes sociais, e as bases de dados científicas Portal de Periódicos CAPES e o Google Scholar a fim de analisar artigos, dissertações e livros relacionados a temática de estudo. O levantamento de dados considerou o período compreendido entre os meses de junho a agosto de 2021. Após a coleta dos dados, analisou-se o material coletado, incluindo as postagens feitas pela prefeitura municipal



utilizando-se ferramenta de busca de postagem disponível, tanto no site da prefeitura, como nas ferramentas de buscas das suas redes sociais através de filtros.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 O acesso às redes sociais da população da cidade de Vitória de Santo Antão

A Prefeitura da Vitória de Santo Antão, como cidade do interior de Pernambuco, ainda tem entre suas formas de se comunicar com a população a utilização de rádios locais e os chamados carros de som, onde esse último fica circulando no centro da cidade e nos bairros, com a finalidade de levar a informação para a população. Como observou-se durante esse estudo, o advento da Internet e das redes sociais estão cada vez mais fortes e com isso a população de Vitória começou a ficar cada vez mais conectada, como observa-se na Tabela 1.

Tabela 1: Domicílios com acesso à Internet no estado de Pernambuco.

<b>Posição</b>	<b>Municípios</b>	<b>Domicílios com acesso à Internet</b>
1°	Recife	181967
2°	Jaboatão dos Guararapes	54786
3°	Olinda	32931
4°	Paulista	25822
5°	Caruaru	22347
...	...	...
8°	Camaragibe	8556
9°	Garanhuns	8243
10°	Vitória de Santo Antão	6586

Fonte: IBGE (2010)

Como foi visto na Tabela 1, segundo o Censo 2010 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Vitória de Santo Antão ocupa a décima posição no *ranking* dos 185 municípios estaduais, no quesito de domicílios com acesso à Internet, com 16,7% da sua população conectada. Ainda segundo o Censo, 84,14% da população do município possui celulares (IBGE, 2010). Em relação aos municípios circunvizinho, Vitória ocupa o primeiro lugar no acesso a Internet, como pode ser observado na Tabela 2:





Tabela 2: Domicílios com acesso à Internet em Vitória de Santo Antão e municípios circunvizinhos.

<b>Municípios</b>	<b>Domicílios com acesso à Internet</b>
Vitória de Santo Antão	16,7%
Moreno	12,6%
Escada	9,30%
Pombos	7,5%
Glória do Goitá	5,1%

Fonte: IBGE (2010)

Hoje a prefeitura da Vitória de Santo Antão conta com vários meios de comunicação e divulgação, como o site institucional da prefeitura. Mas é através das redes sociais que a cidade vem se destacando. Na transição do governo anterior para o atual às redes sociais foram encerradas por esse motivo a gestão atual fez o lançamento oficial das novas redes sociais através do Facebook em janeiro de 2021. Atualmente, a prefeitura de Vitória utiliza as redes sociais, Youtube, Facebook e Instagram (Vitória de Santo Antão, 2021a). Como exemplo da importância dessas redes encontradas na literatura, cita-se o trabalho de Silva, Daltro, Santos e Oliveira (2015), o qual relatou que 70% dos municípios do Território Recôncavo no estado da Bahia, já tinham suas respectivas administrações públicas inseridas no Facebook. Abaixo as informações sobre as redes utilizadas:

- Rede Social Youtube: O Youtube da prefeitura conta com mais de 2.170 inscritos. Conta com postagens semanais, principalmente reportagens e entrevistas. Até o momento do estudo, o canal possuía 351 vídeos postados, e com média de 305 visualizações por vídeo (Vitória de Santo Antão, 2021c).
- Rede Social Facebook: O Facebook da prefeitura conta com mais de 4.019 inscritos. Conta com postagens diárias, divulgando as ações da prefeitura e informações úteis para toda a comunidade. Até o momento do estudo, a mesma contava com 3.148 curtidas (Vitória de Santo Antão, 2021d).
- Rede Social Instagram: O Instagram da prefeitura conta com mais de 26,1 mil inscritos. A rede conta com postagens diárias, divulgando as ações da prefeitura e informações úteis para toda a comunidade. Até o momento do estudo a mesma contava com 986 publicações (Vitória de Santo Antão, 2021b).

#### **4.2 Caráter de postagens da prefeitura**

Analisando-se as redes sociais da prefeitura, percebe-se que a comunicação tem o intuito de deixar a sua população bem mais informada e assim tornar mais transparentes suas ações perante a cidade, utilizando os seus canais para fazer diversas postagens. Pode-se classificar a comunicação com o público em duas categorias: informativa e interativa. Essa



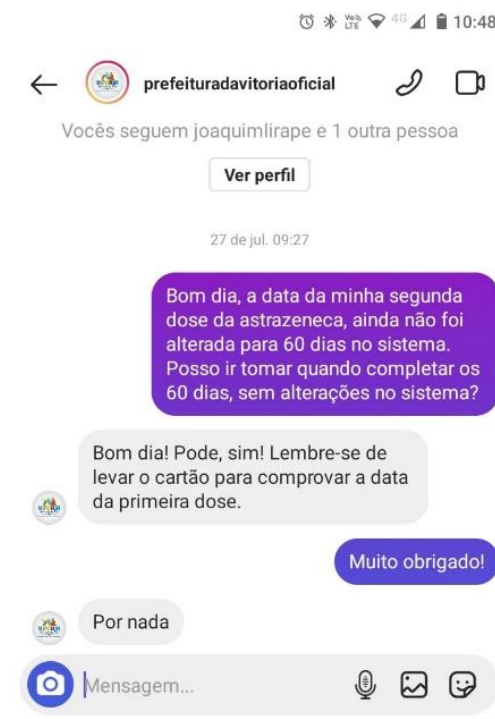
mesma classificação de comunicação entre prefeitura e população é encontrada no trabalho de Santos e Hermata (2014).

O objetivo principal das postagens informativas é divulgar conteúdos como um todo, contendo dados e estatísticas sobre a cidade, informações sobre serviços, como vagas de empregos, ações referentes a saúde e educação, obras e melhorias para a cidade, campanhas institucionais, entre outros. Em relação à comunicação interativa, o objetivo é aproximação com o público, coletando feedback e tirando dúvidas.

#### 4.2.1 Categoria de Interação

Na interação com o público, visa-se aumentar o diálogo com a população. A prefeitura através das redes sociais tira dúvidas referentes às demandas municipais. Para demonstrar essa categoria, foi feita uma interação no dia 27 de julho de 2021 através da rede social Instagram, como vemos no exemplo da Figura 1.

Figura 1: Exemplo de interação com o público através da rede social.



Fonte: Autor (2021).

Outra forma de interação utilizada pela prefeitura, são mensagens postadas através do Instagram, como observa-se na Figura 2.



Figura 2: Exemplo de interação com o público através da rede social.



Fonte: Instagram da prefeitura da Vitória

Observou-se que a categoria interação é suma importância para se manter um relacionamento entre a prefeitura e população, observa-se também essa importância no trabalho de Santos e Harmata (2014), onde os mesmos mostraram que ao se aproximar do cidadão usando o humor, a Prefeitura conseguiu transformar os sites de redes sociais em grandes facilitadores de informação.

#### 4.2.2 Categoria de Informação

Na categoria de comunicação por informação, o objetivo é alertar e informar o cidadão acerca de serviços e notícias do município. Verificando as redes sociais, pode-se agrupar as notícias nas seguintes categorias:

- Dicas de saúde e segurança
- Campanhas de vacinação
- Informações sobre COVID
- Divulgação de eventos
- Manutenção nas vias pública
- Avisos diversos
- Atos administrativos
- Educação e emprego

Como exemplos de notícias divulgadas com carácter informativo pela prefeitura, podemos ver a Figura 3, na qual observa-se um exemplo de divulgação de vagas de empregos através do seu Instagram. A Figura 4, observa-se a divulgação de uma nova faixa etária para a vacinação contra a COVID 19. Já, pode ser observado na Figura 5 um exemplo de



entretenimento para a população, na qual a Prefeitura apresentou Live Arraiá Da Vitória, contando com 1329 visualizações.

Figura 3: Exemplo de divulgação de vagas de empregos pelo Instagram da prefeitura.



Fonte: Instagram da prefeitura da Vitória

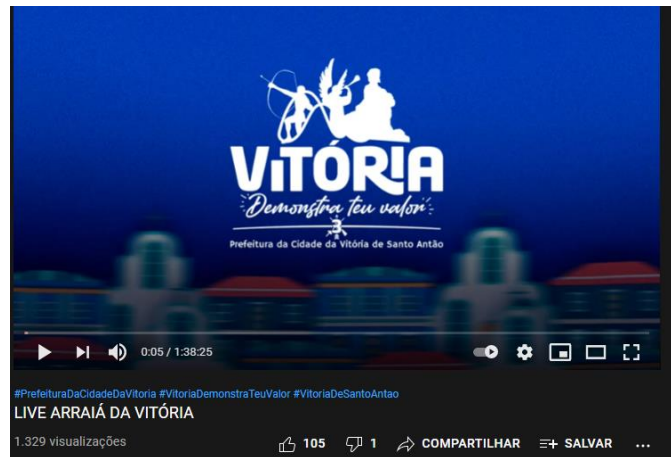
Figura 4: Exemplo de divulgação de nova idade para vacinação contra a COVID 19.



Fonte: Facebook da Prefeitura da Vitória



Figura 5: Exemplo de divulgação de entretenimento, Live Arraiá Da Vitória.



Fonte: Youtube da Prefeitura da Vitória

Através das redes sociais a prefeitura vem destacando-se nos quesitos transparência de informação, e na tentativa de estreitar laços com a população. Segundo Vitória de Santo Antão (2021), os mesmos têm o compromisso de divulgação de suas ações desenvolvidas, através dos seus canais de comunicação, onde a assessoria de imprensa é um elo entre a gestão e a população. A cidade já recebeu destaque em relação às seguintes práticas: divulgação diária de boletim e campanhas midiáticas de alerta sobre a Covid-19, a transparência com que a secretária de saúde e a de comunicação têm tratado todas as informações e levadas ao conhecimento da população, seja por meio de redes sociais ou pelos veículos de comunicação de massa (Vitória de Santo Antão, 2021e).

Espera-se que essa experiência continue rendendo bons trabalhos e interações, que o alcance dessas redes sociais evoluam cada vez mais, assim aumentando a interação, possibilitando-se uma gestão mais transparente, eficiente e com a participação de todos. Seguindo-se essa perspectiva pode-se afirmar que as redes sociais são excelentes fontes de informação e transparência entre o poder público e a sociedade em geral.

## 5. CONCLUSÃO

O uso das redes sociais pela administração pública pode ser um facilitador na divulgação de informação, assim contribuindo para uma maior interação entre o poder público e a sociedade. Observou-se que a dificuldade de comunicação com o cidadão é uma barreira a ser quebrada pela administração pública, porque é através desse contato que o cidadão poderá monitorar o desenvolvimento das ações de governo e assim contribuindo para uma relação mais transparente. Desta forma, o presente estudo visa apresentar as redes sociais como uma ferramenta de ligação entre os usuários e as instituições públicas.

É importante destacar que no cenário de população mais conectada e poder público com a missão de divulgar com frequência a transparência de seus atos, surgiu-se o uso das redes sociais, como grandes facilitadores dessa comunicação. Assim, este trabalho baseou-se



no uso das redes sociais pela prefeitura da Vitória de Santo Antão. Pode ser percebido que de forma geral a cidade tem se colocado em um bom *ranking* quanto ao acesso à Internet pela população, aumentando a adoção das redes sociais pelos cidadãos.

A prefeitura divulga informações por meio das redes sociais Youtube, Facebook e Instagram. Hoje no Youtube da prefeitura conta com mais de 2.170 seguidores, no Facebook mais de 4.019 e no Instagram mais de 26 mil seguidores. Através das suas postagens tem informado a população diversas notícias, desde inauguração de obras públicas, dicas de saúde e segurança, combate ao COVID através de divulgação de das novas idades para vacinação e meios de se prevenir da COVID. A prefeitura através de seus canais vem tentando responder com rapidez e segurança as demandas enviadas pela população. Pensando também no entretenimento, promoveu através de transmissão ao vivo na Internet shows com artistas locais. Portanto, é possível afirmar que a utilização consciente do uso das redes sociais contribui para o desenvolvimento de novas relações entre a sociedade e o poder público.

O presente estudo apresentou algumas limitações, entre elas, a pandemia que estamos vivendo hoje, por causa desse fator não possível realizar pesquisa de campo nem tão pouco uma entrevista com o setor de comunicação da prefeitura, além disso o tempo que foi limitado. Tendo em vista essas questões, como trabalhos futuros pensa-se em realizar entrevistas com o setor de comunicações da prefeitura para coletar mais dados sobre o impacto que as redes sociais vêm trazendo para auxiliar o trabalho. Outra atividade será aplicar questionários a população de forma impressa como por meio eletrônico, para entender a satisfação com a interação da prefeitura. E por fim, fazer um mapeamento das publicações, como total de postagens por categorias e levantar quais postagem receberam mais curtidas em um determinado período de tempo.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Decreto Presidencial de 3 de abril de 2000. **Institui Grupo de Trabalho Interministerial para examinar e propor políticas, diretrizes e normas relacionadas com as novas formas eletrônicas de interação.** Diário Oficial da União, Brasília/DF, 3 de abril de 2000. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/dnn/2000/dnn8917.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/dnn/2000/dnn8917.htm)> Acesso em: 15 ago. 2021.

BRASIL. constituição da república federativa do Brasil de 1988. **Capítulo I dos Direitos e deveres individuais e coletivos.** Diário Oficial da União, Brasília/DF, 1988. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)> Acesso em: 15 ago. 2021

BRASIL. Portal gov.br. **Portal Único oferece serviços e informações do governo em um só canal, Brasília/DF, 31 de julho de 2020a.** Disponível em < <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2020/07/portal-unico-oferece-servicos-e-informacoes-do-governo-em-um-so-canal>> Acesso em: 15 ago. 2021

BRASIL. Decreto nº 10.332, de 28 de abril de 2020. **Institui a Estratégia de Governo Digital para o período de 2020 a 2022, no âmbito dos órgãos e das entidades da administração pública federal direta, autárquica e fundacional e dá outras providências.** Diário Oficial da União, Brasília/DF, 28 abril 2020b. Disponível em





<<https://www.in.gov.br/web/dou/-/decreto-n-10.332-de-28-de-abril-de-2020-254430358>>  
Acesso em: 15 ago. 2021

BEZERRA, R. O.; BORGES, L. J.; VALMORBIDA, S. M. I. **Análise das prestações de contas na internet da universidade do estado de Santa Catarina.** Revista GUAL, Florianópolis, v. 5, n. 1, pp. 66-82, jan./abr. 2012. ISSN 1983-4535

CARVALHO, Rafael. **A importância da comunicação no ambiente de trabalho.** 2017. Disponível em: <<https://www.edools.com/comunicacao-no-ambiente-de-trabalho/>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

CASTANHO, Valéria. **A transparência e os desafios dos sites públicos na sociedade da informação: a experiência do Senado Federal.** Revista de Informação Legislativa: RIL, Brasília, DF, v. 56, n. 222, p. 265-285, abr./jun. 2019. Disponível em: <[https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/56/222/ril\\_v56\\_n222\\_p265](https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/56/222/ril_v56_n222_p265)>. Acesso em 16 de agosto de 2021.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro-RJ: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A SOCIEDADE EM REDE.** 6. ed. São Paulo - Sp: Editora Paz e Terra, 2002. Disponível em: <<https://globalizacaoeintegracaoregionalufabc.files.wordpress.com/2014/10/castells-m-a-sociedade-em-rede.pdf>>. Acesso em: 19 ago. 2021.

CETIC. TIC Domicílios. **2018.** Disponível em: <<https://cetic.br/pesquisa/domicilios/>>. Acesso em: 19 ago. 2021.

CGPID, Comitê Gestor do Programa de Inclusão Digital –. **Programa Nacional de Banda Larga.** 2010. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.seplan.planejamento.gov.br/bitstream/handle/iditem/225/documento-base-do-programa-nacional-de-banda-larga.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

CINTRA ANDRÉ. **O que é comunicação organizacional?** Disponível em: <<https://www.postdigital.cc/blog/artigo/o-que-e-comunicacao-organizacional>>. Acesso em: 14/08/2021.

DIANA, Juliana. **Redes Sociais.** 2020. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/redes-sociais/>>. Acesso em: 17 ago. 2021.

DIAS, Thiago Ferreira; SANO, Hironobu; MEDEIROS, Marcos Fernando Machado de. **Inovação e tecnologias da comunicação e informação na administração pública.** Brasília: Enap, 2019.

DUARTE, Jorge. **Comunicação pública.** São Paulo - Sp: Atlas, 2007. Disponível em: <[https://scholar.google.com.br/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=pt-BR&user=nNSo2ZAAAAAJ&citation\\_for\\_view=nNSo2ZAAAAAJ:2osOgNQ5qMEC](https://scholar.google.com.br/citations?view_op=view_citation&hl=pt-BR&user=nNSo2ZAAAAAJ&citation_for_view=nNSo2ZAAAAAJ:2osOgNQ5qMEC)>. Acesso em: 15 ago. 2021.



EISENBERG, José; CEPIK, Marco. **Internet e Política: teoria e prática da democracia eletrônica**. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002. Disponível em: <[http://www.uece.br/nucleodelinguasitaperi/dmdocuments/gil\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa.pdf](http://www.uece.br/nucleodelinguasitaperi/dmdocuments/gil_como_elaborar_projeto_de_pesquisa.pdf)>. Acesso em: 19 ago. 2021>.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **CENSO 2010. AMOSTRA - DOMICÍLIOS. 2010**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/vitoria-de-santo-antao/pesquisa/23/47427?detalhes=true&tipo=ranking&indicador=47434>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PNAD Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. 2019**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=30362&t=publicacoes>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama. 2020**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/vitoria-de-santo-antao/panorama>>. Acesso em: 17 ago. 2021.

IBOPE, Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. **Como a tecnologia está conquistando o consumidor e pode gerar oportunidades para o mercado publicitário**. 2018. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/o-novo-novo/>>. Acesso em: 19 ago. 2021.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação Organizacional: Histórico, Fundamentos e Processos**. São Paulo: Saraiva, 2009. 387 p. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/download/139035/134383/270109>>. Acesso em: 18 ago. 2021.

LESSA, Luísa. **As redes sociais na vida das pessoas. 2018**. Disponível em: <<https://agazetadoacre.com/2018/05/artigos/as-redes-sociais-na-vida-das-pessoas/>>. Acesso em: 17 ago. 2021

MACEDO, Tonia M. B. **Redes informais nas organizações: a co-gestão do conhecimento**. Rio de Janeiro: IBICT, 1999. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/866/900>>. Acesso em: 19 ago. 2021.

MAINIERI DE OLIVEIRA, T. (Re) **pensando a comunicação organizacional na era digital**. Revista FAMECOS (Impresso), v. 18, p. 529 541, 2011. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/9473>>. Acesso em: 14/08/2021.

MENDES, Alexandre. TIC – **Muita gente está comentando, mas você sabe o que é?** 2008. Disponível em: <<https://imasters.com.br/devsecops/tic-muita-gente-esta-comentando-mas-voce-sabe-o-que-e>>. Acesso em: 15 ago. 2021.



PINTO, Áureo Magno Gaspar; JUNQUEIRA, Luciano Antonio Prates. **Relações de poder em uma rede do terceiro setor: um estudo de caso\***. 2009. 26 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Cooperapic, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rap/a/xcdLDqkm9D55yczs3qV6qvh/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2021.

RANGEL, Rosemberg Francisco. **Uso Das Redes Sociais Na Publicidade Dos Atos Administrativos Da Prefeitura Municipal De Varginha**. 2018. 63 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração Pública, Universidade Federal de Alfenas, Varginha, 2018. Disponível em: <<https://btdt.unifal-mg.edu.br:8443/handle/tede/1217>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação Empresarial, Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986. V. 11, 5ª Ed.

SANTOS, Gustavo Henrique Campos dos. **O uso das mídias sociais no poder público: análise do perfil "Senado Federal" no Facebook**. 2016. 148f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) - Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, Fundação João Pinheiro, Minas Gerais. Disponível em: <<http://tede.fjp.mg.gov.br/handle/tede/358>>. Acesso em: 17 ago. 2021.

SANTOS, Janaína; HARMATA, Felipe. **Análise de Caso da Prefeitura de Curitiba – A relação entre humor e serviço público na comunicação em redes sociais**<sup>1</sup>. 2014. Universidade Positivo, Curitiba, 2014. Disponível em: <<https://wegov.com.br/wp-content/uploads/2015/03/Artigo-An%C3%A1lise-de-Caso-da-Prefs.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2021

SILVA, Adriano Santos Rocha; DALTRO, Emmanuelle Fonseca Marinho de Anias; SANTOS, Ernani Marques dos; OLIVEIRA, José Henrique Paraguassu. **Mídias sociais na administração pública: um estudo sobre a utilização do Facebook pelos municípios do Recôncavo do estado da Bahia - Brasil. 2015** - Curso de Administração, UFBA, Bahia, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/25120/1/388743884020.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

SILVA, Carlos Roberto Almeida da. **Princípio da transparência na Administração Pública**. 2013. Disponível em: <<https://ralmeidasgc.jusbrasil.com.br/artigos/113024627/principio-da-transparencia-na-administracao-publica>>. Acesso em: 17 ago. 2021.

SILVA, Leonardo Werner. **A Internet foi criada em 1969 com o nome de "Arpanet" nos EUA**. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml>>. Acesso em: 16 ago. 2021.

SOCIAL, We Are; HOOTSUITE. **Relatório Digital 2021**. 2021. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil>>. Acesso em: 19 ago. 2021.



UNIÃO, **Controladoria Geral da. Transparência Pública.** Disponível em: <<https://www.gov.br/cgu/pt-br/assuntos/transparencia-publica>>. Acesso em: 17 ago. 2021.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Comunicação Organizacional: gestão de relações públicas.** Rio de Janeiro: Mauad, 2004. 17 p

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO. PREFEITURA DA CIDADE DA VITÓRIA DE SANTO ANTÃO. . **Estamos lançando oficialmente as redes sociais da Prefeitura da Cidade da Vitória de Santo Antão. 2021a. Facebook:** prefeituradavitoriaoficial. Disponível em: <<https://www.facebook.com/prefeituradavitoriaoficial/videos/estamos-lan%C3%A7ando-oficialmente-as-redes-sociais-da-prefeitura-da-cidade-da-vit%C3%B3ria/107535981290876/>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO. PREFEITURA DA CIDADE DA VITÓRIA DE SANTO ANTÃO. **Perfil oficial da Prefeitura da Cidade da Vitória de Santo Antão. 2021b.** Instagram: prefeituradavitoriaoficial. Disponível em: <<https://www.instagram.com/prefeituradavitoriaoficial/>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO. PREFEITURA DA CIDADE DA VITÓRIA DE SANTO ANTÃO. **Perfil oficial da Prefeitura da Cidade da Vitória de Santo Antão. 2021c.** Youtube: PrefeituraVITORIA. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/PrefeituraVITORIA/>>. Acesso em: 20 ago. 2021.

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO. PREFEITURA DA VITORIA DE SANTO ANTAO. . **Perfil oficial da Prefeitura da Cidade da Vitória de Santo Antão.. 10 ago. 2021d.** Facebook: @prefeituradavitoriaoficial. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CSwWLiSrOV1/>>. Acesso em: 21 ago. 2021.

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO. PREFEITURA DA VITORIA DE SANTO ANTAO. **OPAS/OMS destaca ações positivas da Secretaria de Saúde e Bem-Estar. 2021e.** Disponível em: <<https://www.prefeituradavitoria.pe.gov.br/site/opas-oms-destaca-acoes-positivas-da-secretaria-de-saude-e-bem-estar/>>. Acesso em: 21 ago. 2021.

WINGLER, Dan. **Marketing na Gestão Pública em Mídias Sociais: como as mídias sociais e suas ferramentas mudaram o comportamento do marketing na gestão pública. Como as Mídias Sociais e suas ferramentas mudaram o comportamento do Marketing na gestão pública.** 2017. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/marketing-na-gestao-publica-em-midias-sociais>>. Acesso em: 17 ago. 2021.