

GOVERNO ELETRÔNICO E O USO DE REDES SOCIAIS NA COMUNICAÇÃO COM OS USUÁRIOS DO SISTEMA ÚNICO DE SAÚDE (SUS): ESTUDO DE CASO DO FACEBOOK DA SECRETARIA DE ESTADO DE SAÚDE DE MINAS GERAIS

ELECTRONIC GOVERNMENT AND THE USAGE OF SOCIAL NETWORKS FOR THE COMMUNICATION WITH THE BRAZILIAN PUBLIC HEALTH SYSTEM (SUS): CASE STUDY OF THE FACEBOOK OF THE STATE HEALTH SECRETARIAT OF MINAS GERAIS, BRAZIL

GOBIERNO ELECTRÓNICO Y USO DE REDES SOCIALES EN COMUNICACIÓN CON USUARIOS DEL SISTEMA DE SALUD PÚBLICA (SUS): ESTUDIO DE CASO DE LA SECRETARÍA DE SALUD DEL ESTADO DE MINAS GERAIS, BRASIL

Leandro Peters Heringer

lheringer@gmail.com

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Rodrigo Baroni de Carvalho

baroni@pucminas.br

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Ramon Silva Leite

ramonsl@pucminas.br

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais



Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob os termos da Creative Commons Attribution License
This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License
Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Creative Commons Attribution License

RESUMO

A pesquisa analisou como ocorre o uso do Facebook como plataforma de comunicação e relacionamento com o cidadão usuário do Sistema Único de Saúde de Minas Gerais. A metodologia de pesquisa compreendeu análise documental, de conteúdo da *Fan Page*, bem como questionários respondidos por gestores públicos e internautas identificados como influentes por meio de indicadores gerados pela ferramenta Fanpagekarma. A pesquisa concluiu que há subutilização dos aspectos colaborativos da mídia social em relação às possibilidades de estímulo à participação do cidadão, prevalecendo um fluxo unidirecional de informação do Governo para o Cidadão, que é característico do estágio inicial de Governo Eletrônico. No caso apresentado, há a concepção de transposição do caráter informativo do portal institucional para a mídia social. A contribuição teórica da pesquisa reside em uma proposta de classificação de níveis de Governo Eletrônico que pode ser aplicada para avaliação das abordagens de comunicação com o cidadão.

Palavras-chave: Governo Eletrônico; e-participação; mídias sociais.

ABSTRACT

The study analyzed how the use of Facebook as a platform for communication and relationship with the citizen who are users of the Public Health System of Minas Gerais, Brazil. The research methodology consisted of documentary analysis, content of the Fan Page, as well as questionnaires answered by public managers and Internet users identified as influential through indicators generated by the Fanpagekarma tool. The research concluded that there is an underutilization of the collaborative aspects of social media in relation to the possibilities of stimulating citizen participation, prevailing a unidirectional flow of information from the Government to the Citizen, which is characteristic of the initial stage of Electronic Government. For the investigated case, there is a transposition of the informative character of the institutional portal to the social media. The theoretical contribution of the research lies in a proposal of classification of levels of Electronic Government that can be applied to evaluate the communication approaches with the citizen.

Keywords: E-Government; e-participation; social media.

RESUMEN

La investigación analizó cómo se produce el uso de Facebook como plataforma de comunicación y relación con el usuario ciudadano del Sistema Público de Salud de Minas Gerais, Brasil. La metodología de investigación comprendió análisis de documentos, contenido de Fan Page, así como cuestionarios respondidos por gerentes públicos y usuarios de Internet identificados como influyentes a través de indicadores generados por la herramienta Fanpagekarma. La investigación concluyó que hay una subutilización de los aspectos de colaboración de las redes sociales en relación con las posibilidades de estimular la participación ciudadana, prevaleciendo un flujo unidireccional de información del Gobierno al Ciudadano, que es característico de la etapa inicial del Gobierno Electrónico. En el caso presentado, existe la concepción de la transposición del carácter informativo del portal institucional a las redes sociales. El aporte teórico de la investigación reside en una propuesta de clasificación de niveles de Gobierno Electrónico que se puede aplicar para evaluar los enfoques de comunicación con el ciudadano.

Palabras-clave: Gobierno electrónico; participación electrónica; redes sociales

INTRODUÇÃO

O Governo Eletrônico (*e-gov*) tornou-se uma tendência global, pois os Governos de diversos países têm concentrado esforços no desenvolvimento de políticas e em definições de padrões em termos de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), visando a construir uma arquitetura interoperável, a fim de munir os cidadãos com acesso a informações e serviços (ALEXANDRINI, PISKE & PISKE, 2006). No Brasil, as organizações que compõem a esfera pública têm buscado utilizar de maneira crescente

os recursos destas tecnologias para, entre outras finalidades, oferecer serviços *online*, aumentar a transparência, reduzir custos e fomentar a participação do cidadão. Há estudos sobre os portais como canais de relacionamento com o cidadão (LARA & GOSLING, 2016), da e-participação (CUNHA, COELHO & POZZEBON, 2014), além da análise de redes em saúde (MARQUES, 2018). Soares & Monteiro (2015) apontam a necessidade de estudos qualitativos para averiguarem o conteúdo de postagens de administradores de páginas no Facebook e o efeito desse conteúdo nas interações subsequentes. Por sua vez, Cunha *et al.* (2014) destacam o crescente interesse, tanto no âmbito acadêmico quanto governamental, em novas formas de relacionamento entre a Administração Pública e os cidadãos.

Brownstein, Freifeld e Madoff (2009) salientam a importância das mídias sociais no contexto da saúde pública ao ressaltar três características: o potencial de disseminação de informação, a possibilidade de criação de conteúdo por parte de cidadãos, profissionais e gestores de saúde e a chance de, por meio de mapeamento de informações, prever e/ou identificar situações de risco. Para o CRM 2.0 compartilha capacidades excepcionais nas mídias sociais que oferecem uma abordagem que transcende o CRM tradicional. No estudo realizado por Anshari *et al.* (2012) com planos de saúde no sudeste asiático, a maioria dos respondentes concordou que tanto as mídias sociais quanto o suporte *online* deveriam ser parte de um sistema de saúde digital.

Assim, considerando-se a importância do espaço virtual como potencial esfera de relacionamento entre o Governo e a população, o objetivo da pesquisa consistiu em analisar o uso do Facebook como plataforma de relacionamento com o cidadão no contexto da comunicação pública governamental e suas implicações nos âmbitos do Governo Eletrônico 2.0. Para tanto, foi adotada como unidade empírica a *Fan Page* da Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (SES-MG). Para além da introdução, o artigo está organizado da seguinte forma: referencial teórico enfatizando comunicação pública, *e-gov* e mídias sociais; metodologia de pesquisa; análises (documental, de conteúdo e dos questionários) e discussão de resultados; e conclusão.

REFERENCIAL TEÓRICO

Mídias Sociais e Comunicação com o Cidadão

As tecnologias denominadas como Web 2.0 são entendidas como um conjunto de mídia social por meio da qual os indivíduos são participantes ativos na criação, organização, edição, combinação, no compartilhamento, comentário e classificação de conteúdo Web. Além disso, a mídia social possibilita a formação de uma rede social por meio da interação e conexão entre os participantes. São exemplos de tecnologias da Web 2.0: *blogs*, *wikis*, mídias sociais (Facebook, Twitter, YouTube), modos de comunicação baseados na Web, como *chats*, entre outros. Silva e Prado (2015) afirmam que a Web 2.0 facilitou a troca de informações e a interação entre as pessoas e também com os geradores de conteúdo e proporcionou a adoção das mídias sociais pelas organizações públicas para maior aproximação e interação com o cidadão.

No contexto da Administração Pública, Reddick & Norris (2013) salientam que uma característica da Web 1.0 é a informação, o serviço, a política e a governança em mão única indo do Governo para o Cidadão. Já no contexto da Web 2.0 e das mídias sociais e, por consequência no *e-gov* 2.0, a informação é criada conjuntamente, cidadãos demandam serviços, a política pública é negociada e a governança compartilhada.

Batista (2011, p.70) classifica as mídias sociais da seguinte forma:

- a) redes sociais: são representações estabelecidas na Internet das relações e interações entre indivíduos de um grupo;
- b) comunidades virtuais: são grupos formados por indivíduos que compreendem e possuem um compromisso com um senso de valores, crenças e convenções que são compartilhadas entre si e que estabelecem uma relação que vai além do objetivo utilitário de uma particular interação, sem haver, necessariamente, uma interação face a face;
- c) mídias sociais: são ambientes disponibilizados na Internet que permitem aos indivíduos compartilhar

opiniões, ideias, experiências e perspectivas com os outros indivíduos. Essas mídias podem permitir tanto a construção das mídias sociais como a construção de comunidades virtuais.

White (2012, p.9) define mídias sociais como formas eletrônicas de comunicação em que usuários criam comunidades *online* para compartilhar informações, ideias, mensagens pessoais e outros conteúdos. Bonsón, Royo & Ratkai (2015) destacam que as mídias sociais são particularmente efetivas quando as informações podem ser eficientemente disseminadas em larga escala e o público é disperso, como é o caso particular dos usuários dos serviços públicos de saúde.

Chun & Reyes (2012) explicam que as ferramentas de mídias sociais podem prover à organização informações sobre opiniões, emoções, intenções, comportamento e características dos usuários. A mídia social usada pelo Governo é considerada inovação tecnológica e agente de transformação em gerar ao cidadão engajamento nas campanhas oficiais bem como ativismo para compartilhar governança promovendo democracia, conforme destacado por Chun (2012).

Em uma percepção ampliada de comunicação governamental, a comunicação unidirecional, com papéis claros e estancos de emissor e receptor, é sobreposta por uma visão comunicacional em que os elementos que constituem o processo comunicativo se interrelacionam de forma dinâmica, buscando a circularidade e globalidade do processo, que possibilitam a intervenção de sujeitos sociais, interação, ações partilhadas e processos de troca, segundo França (2002).

Bonsón, Torres, Royo & Flores (2012) enfatizam os principais benefícios que as mídias sociais oferecem para organizações públicas, enfatizando os reforços da transparência e da participação dos cidadãos. Os autores explicam que esses benefícios podem ser obtidos por meio do aumento da visibilidade do governo; do compartilhamento de dados e *insights* sobre os processos de tomada de decisão para se tornar mais transparente; tornando-se mais atraente, aberto e participativo; e oferecendo a possibilidade de todas as partes interessadas a se envolver em processos colaborativos (MERGEL & BRETSCHNEIDER, 2013). Assim, o uso das mídias sociais no setor público, para os autores, deve ser entendido como parte de uma mudança de paradigma em curso maior para uma maior autonomia e participação do cidadão. Para compreender com clareza as possibilidades de uso das mídias sociais como plataforma de interação entre o cidadão e o Governo, faz-se necessário compreender os modelos possíveis de Governo Eletrônico.

Governo Eletrônico

Para Nam (2012), combinadas com a contínua expansão e progresso das funções de Governo Eletrônico convencionais, várias iniciativas de *e-gov* são realizadas para aumentar a satisfação dos cidadãos com o Governo bem como a confiança no desempenho da Administração Pública ao defender os valores fundamentais da transparência, participação pública e colaboração. No contexto do Governo Eletrônico, a comunicação governamental pode exercer papel estratégico no aproveitamento de potenciais espaços de esferas públicas digitais.

Nam (2012) afirma que *Governo Aberto* defende a transparência, participação e governança (por meio da colaboração), como valores fundamentais do Governo Eletrônico. Para Meijer, Curtin & Hildebrandt (2012), o conceito de *Governo Aberto* é baseado na visão e na voz exemplificados pela transparência e pela participação, respectivamente. Dessa forma, entendem os autores que a transparência se refere ao acesso aberto à informação do Governo e a participação está ligada ao acesso aberto a arenas de tomada de decisão.

Conceitualmente, o *e-gov* é apresentado sob diversos prismas. Reddick (2010) explica que o *e-gov* tenta responder eficientemente as necessidades do cidadão e aumentar a participação do cidadão no processo decisório, considerando que os serviços do governo *off-line* têm um acesso limitado e exigem mais esforços e tempo para o cidadão acessar os serviços.

Tais percepções podem ser notadas como uma perspectiva relacional que propõe um caminhar entre os conceitos de *e-gov*, *e-participação* e *e-democracia*. Lidén (2013) enfatiza que o Governo Eletrônico é relativo ao uso da tecnologia para alcançar a eficácia nas operações internas do Governo, mas também para melhorar a qualidade em acessibilidade aos serviços públicos. Por seu turno, a *e-participação*

é importante uma vez que a legitimidade das instituições democráticas depende dos cidadãos e de seu nível de confiança nestas instituições. Já a e-democracia é definida pelo autor como o uso das TICs nos processos políticos democráticos em matéria de informação, discussão e tomada de decisões.

Cunha & Miranda (2013), ao demonstrarem o modelo referencial de Governança Eletrônica, apresentam os conceitos de e-governança, e-administração pública, e-serviços públicos e e-democracia. Entende-se por e-governança o exercício de uma nova forma e uma nova possibilidade de governar com a participação de ampla rede de atores. Já e-democracia refere-se à ampliação da prática democrática, utilizando as TICs envolvendo um processo comunicacional amplo e englobando o conceito de *accountability*. Assim, a e-democracia embarcaria os esforços para aperfeiçoamento da gestão pública e as definições de e-administração pública e de e-serviços públicos. Por e-serviços, compreende-se a prestação de um serviço público de melhor qualidade de forma igualitária e universal, considerando-se o respeito à democracia e cidadania. Já a e-administração pública pressupõe aperfeiçoamentos dos processos governamentais e do trabalho interno do setor público por meio do uso das TICs.

Por *e-gov*, entende-se uma política em que há a favorecimento de maior *accountability*, acesso a informações, redução de custos bem como relacionamento com o cidadão focado em proporcionar atendimento aos desejos e necessidades, incentivando a participação do cidadão e considerando informações a respeito do cidadão e o conhecimento tácito da sociedade.

Por *e-participação*, adota-se a visão de Macintosh & Whyte (2008) de ser participação que utiliza tecnologias disponíveis na Internet no intuito de proporcionar acesso à informação e favorecer o engajamento do cidadão nas ações e políticas públicas bem como seu empoderamento. Curran & Singh (2011) apresentam uma importante diferenciação conceitual entre *e-gov* e *e-democracia* ao relacionar o Governo Eletrônico com mudanças internas na burocracia pública, enquanto a *e-democracia* consiste em preocupações e ações para viabilizar a relação entre os atores políticos e cidadãos nos processos políticos.

Modelos de Participação Digital do Cidadão

Reddick (2011) analisa diferentes formas de participação no Governo que vão desde a via única (da Administração Pública para o Cidadão), de duas vias de interação dirigida a partir da Administração Pública (consultivo), e a mais alta forma de e-participação da interação bidireccional dirigida de cidadãos para a Administração Pública e vice-versa (participativa).

Os três modelos de e-participação apresentados pelo autor são de Chadwick & May (2003); Macintosh (2003) e Kamal (2009). O modelo Gerencial baseia-se em princípios do setor privado derivados da concepção da Nova Gestão Pública (NGP). Assim, têm-se como alicerce princípios de desempenho do setor privado aplicados ao *e-government* para melhorar a prestação de serviço (REDDICK, 2011).

O modelo Gerencial é, portanto, dirigido pelo Governo com fluxos de informação em uma direção para os cidadãos (CHADWICK & MAY, 2003). Nesta forma de participação, os cidadãos simplesmente usam o que é fornecido *on-line* pelo Governo. A Administração Pública escolhe o que colocar *on-line*, que dirige o nível de interação em mão-única com os cidadãos (PINA, TORRES & ROYO, 2010). Os cidadãos têm a oportunidade de receber informações ou serviços do Governo, mas não são capazes de alterar o processo de prestação de serviços. O único *feedback* que a Administração Pública recebe é através de seu uso de serviços *on-line*, em que os serviços que são usados com mais frequência indicam maior importância para os cidadãos.

O modelo Consultivo tem como foco a interação entre Administração Pública e Cidadão. Nesse modelo, há um movimento de perceber o cidadão como cliente e a Administração Pública com a prestadora de serviços. Contudo, os cidadãos têm mais de uma participação na governança, tal como refletida no modelo (REDDICK, 2011). Os cidadãos, mesmo sabendo que foram elevados a partir de seu status do cliente no modelo Gerencial, ainda possuem a informação gerenciada pela Administração Pública numa concepção *top-down* para a disseminação de informação.

O modelo Participativo possui o maior grau de e-participação. Neste modelo, a interação com o cidadão é fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas (ANDERSEN, HENRIKSEN,

SECHER & MEDAGLIA, 2007). Há uma gama diversificada de atores envolvidos no modelo participativo que vão desde organizações sem fins lucrativos, grupos de interesse, os cidadãos, meios de comunicação e empresas (KAKABADSE, KAKABADSE & KOUZMIN, 2003). Ao contrário do modelo Gerencial mais direcionado, no modelo Participativo existe um fluxo complexo de informações entre o Governo e os Cidadãos concebidos para melhorar e moldar a política (JAEGER, 2005). O fluxo de informação é multidirecional e as mudanças políticas são o resultado dos comentários dos cidadãos (Chadwick & May, 2003). Neste modelo, a mudança pode ocorrer em diferentes direções, com os cidadãos iniciando a mudança de baixo para cima, o que não é visto nos modelos de gestão e consultivos.

Neste contexto, Cunha & Miranda (2013) ressaltam que, no âmbito da participação, é necessário implementar novas formas de gestão e de governança. O cidadão não é apenas o objeto da ação da Administração Pública, mas um partícipe ativo inclusive da definição de ações e políticas públicas. Essa visão corrobora com a análise de Reddick (2011) ilustrada na Figura I. Os modelos não constituem uma linha evolutiva, mas formas e concepções da Administração Pública.

Figura I - Modelos de Administração e Níveis de Participação

	Gerencial	Consultivo	Participativo
Funções do Governo	Eficiência na entrega de serviços públicos aos cidadãos (sociedade)	Melhoria das decisões políticas com participação dos cidadãos	Interação com cidadão é fundamental para desenvolver a política
Atores envolvidos	Consumidores como cidadãos; negócios e meios de comunicação de massa	Grupos de interesse, cidadãos como consumidores, empresas	Associações voluntárias, grupos de interesse e cidadãos
Fluxo de Informação	Dirigido pela Administração Pública, interação de mão única	Direcionado pela Administração Pública, mas moldada pela participação do cidadão, interação de mão dupla	Complexo com fluxos tanto da Administração quanto de cidadãos moldando a governança e política. Interação de mão dupla multidirecional
Tecnologias usadas	Declarações de impostos <i>online</i> , informação pública em sítios eletrônicos	Tecnologias de mídias sociais	Votação eletrônico, pesquisa de opinião, encontros eletrônicos com Administração Pública
Lógica	Aumentar a entrega de serviços	Aperfeiçoar o êxito das políticas	Aumentar a democracia
Problemas de Implementação	Dificuldade de mostrar economia de custos	Apatia do público	Falta de sinais de mudança radical

Fonte: REDDICK (2011) adaptado de CHADWICK & MAY (2003), MACINTOSH (2003) E KARMAL (2009).

Nota-se que a mídia social pode ser utilizada nos três modelos. A Administração Pública pode direcionar apenas informações para o cidadão; consultá-los sobre projetos de lei ou políticas públicas bem como incentivar engajamento para revisão de ações e políticas públicas ou até mesmo elaboração coletiva de ações públicas.

Governo Eletrônico 2.0 (*e-gov 2.0*)

Partindo dos conceitos já apresentados de *e-gov* e *e-participação*, percebe-se haver um movimento do que se convencionou chamar de *e-gov 2.0*. O desenvolvimento da Internet, em especial da Web 2.0, possibilitou o surgimento de um novo lugar para relacionamentos. Desse modo, surgem ações tanto da sociedade quanto governamentais no intuito de favorecer esferas públicas de discussão para democratizar ações de interesse público.

Chun, Shulman, Sandoval & Hovy (2010) descrevem a evolução do *e-gov* em diferentes fases que descrevem os padrões de interações dos governos digitais com o público. O primeiro estágio consiste na digitalização de informações do Governo, ou seja, na disponibilização de dados e informações *online*. O

segundo estágio é caracterizado por interações simples não necessariamente síncronas, como o *e-mail*, entre Governo, cidadãos e outras partes interessadas, portanto, uma fase informacional. A terceira fase é a possibilidade de transações *online*, tais como a realização de atividades como pagamentos de impostos e emissão de documentos, ou seja, a relação transacional. Já a última etapa tem por fundamento a governança compartilhada em que há tomada de decisão colaborativa. Nas três primeiras fases, a comunicação é exclusiva ou predominantemente unidirecional do Governo para o cidadão com *feedback* limitado, o que caracteriza o denominado Governo Eletrônico 1.0 (CHUN *et al.*, 2010).

A adoção das mídias sociais no *e-gov* 2.0 está de acordo com a visão cidadã-cêntrica do Governo focada no relacionamento entre Administração Pública e Cidadão. Percebe-se que a participação do cidadão é estimulada e que o *e-gov* 2.0 ultrapassa a concepção puramente de Governo Eletrônico como *accountability*, prestação de serviços *online* e modo de diminuir gastos.

Vigoda (2002) discorre sobre o relacionamento entre a Administração Pública e o Cidadão e as perspectivas, contradições e evoluções teóricas de análise desse relacionamento. No *framework* ilustrado na Figura 2, Vigoda (2002) apresenta uma síntese de sua pesquisa.

Figura 2 - Evolução contínua da Interação Administração Pública-Cidadão

	Iª Geração	2ª Geração	3ª Geração	4ª Geração	5ª Geração
Papel do Cidadão	Subordinado	Eleitor	Cliente - Consumidor	Parceiro	Proprietários
Papel do Governo	Regulamentador	Depositário de Fé	Administrador	Parceiro	Subordinado
Tipo de Interação	Coerção do Governo	Delegação	Responsabilidade	Colaboração	Coerção do cidadão

Fonte: VIGODA (2002, p. 531).

Vigoda (2002) diferencia os sistemas de Administração Pública em termos de maturidade no que diz respeito ao relacionamento Administração Pública e Cidadão. O conceito é de uma evolução contínua em que a Administração Pública compartilha responsabilidades. Responsabilidade e colaboração são apontadas por Vigoda (2002) como diferentes “chapéus” para cooperação e parceria em níveis maiores. Nessa metáfora, o autor destaca as opções da Administração Pública ou pela ideia de responsabilidade ou pela colaboração. A responsabilidade é mais orientada para a centralidade do poder na Administração Pública com concentração máxima no processo decisório. Já a colaboração parte do princípio de descentralização do poder burocrático.

Neste contexto, Vigoda (2002) afirma que:

A principal responsabilidade dos governos e da Administração Pública é definir estratégias objetivas que possam atrair parceria com empoderamento dos cidadãos. Para responder as demandas de efetiva participação do público, os órgãos públicos devem realizar mudanças estruturais e culturais compreendendo o uso de ferramentas de empoderamentos para desenvolvimentos de colaboração. O empoderamento pode estimular um comportamento voluntário dos cidadãos que não é manipulado pela Administração Pública (VIGODA, 2002, p. 535).

Essa afirmação de Vigoda (2002) pode ser aplicada ao Governo Eletrônico e entendida também como um conceito de e-democracia. Aliás, pode-se notar semelhança com a “contínua evolução do Governo Eletrônico” e um paralelo é cabível. No *e-gov* 1.0, o foco é em prestar serviços e informar e a comunicação em mão única, havendo publicização de conhecimento explícito por meio do processo de externalização. Há Gestão da Informação por parte da Administração Pública, mas não há Gestão do Conhecimento. O marketing governamental não é relacional, mas transacional. O Governo Eletrônico 1.0 seria, portanto, o primeiro nível tendo uma característica mais próxima do modelo gerencial que busca oferecer serviços e informações buscando mais eficácia, eficiência e, conseqüentemente, redução de custos.

O *Governo Aberto* já propõe uma troca, uma participação do cidadão. Portanto, há consideração ao conhecimento do cidadão sobre a realidade bem como escuta as demandas sociais. Há uma mão dupla com potencial troca de conhecimento e o início da gestão de informação e de marketing de relacionamento a respeito do cidadão e de suas demandas. Há uma participação inicial do Cidadão. *Governo Aberto* com foco na transparência e alguma participação seria assim o nível 2 do Governo Eletrônico. Em analogia ao modelo desenvolvido por Vigoda (2002), nota-se que há um início de delegação, um princípio de relacionamento em mão dupla, visto que o cidadão é percebido também como quem suporta a Administração Pública para além do conceito de contribuinte, mas como eleitor. O foco do *Governo Aberto* em transparência, informação e fase inicial de participação corrobora com esta perspectiva.

Para Grönroos (1994), o Marketing de Relacionamento é um novo paradigma no marketing que muda da visão transacional para a relacional, ou seja, de uma perspectiva instrumental para uma visão em que clientes são bem atendidos e suas necessidades são satisfeitas. Reddick (2010) apresenta as concepções de CRM e CRM Público (CiRM). O CiRM pode ser definido como uma estratégia possibilitada pela tecnologia para focar nos cidadãos e nas necessidades deles, bem como encorajá-los a participar com o Governo. Para Reddick (2010), um dos objetivos do CiRM é aprimorar a satisfação do cidadão por meio do *accountability* e da mudança de relacionamento entre cidadão e governo podendo ser visto como um elemento-chave para entregar serviços públicos centrados no cidadão.

O e-gov 2.0 é um caminho para a e-democracia ao propor, de forma mais ampla que o *Governo Aberto*, a participação do cidadão em propostas e no processo decisório. O CiRM.0 pode maximizar, neste contexto, por meio de ferramentas e espaços públicos digitais, como as mídias sociais, a mão dupla de comunicação, a gestão de informações e de conhecimento tanto da Administração Pública quanto no âmbito do cidadão. É o Nível 3 do Governo Eletrônico ao unir Marketing de Relacionamento com o Cidadão na percepção da Web 2.0 e o próprio conceito de Governo Eletrônico 2.0. Há tanto Gestão da Informação quanto Gestão do Conhecimento. O cidadão é percebido como consumidor no contexto de demandas de aperfeiçoamentos de ações e políticas públicas e do relacionamento com a Administração Pública. Contudo, apesar de essa ser a visão majoritária nesta fase, há o papel de parceiro em proposições de ações e políticas públicas quando há utilização de ferramentas como e-votação, consultas públicas eletrônicas e a apropriação de mídias e redes sociais digitais como esferas públicas digitais.

O Nível 4, a chamada e-democracia consiste na consolidação do cidadão como reconhecido pela Administração Pública como fonte de legitimidade de ações e políticas públicas em todo o processo, ou seja, participando efetivamente em elaboração, reestruturação e processos decisórios. O cidadão atinge o empoderamento e, conscientemente, é parceiro e corresponsável com a Administração Pública no aperfeiçoamento de ações e políticas públicas. Neste estágio, atinge-se a denominada Gestão do Relacionamento.

Mesmo que a analogia não seja de forma exata ao modelo de Vigoda (2002), nota-se tanto uma escala de níveis (*e-gov*, *Governo Aberto* e *e-gov 2.0*) quanto a inserção de novas ferramentas de gestão para alcançar mais efetividade da Administração Pública (A.P.) e maior empoderamento do cidadão. O ponto de chegada é a e-democracia.

Figura 3 - Resumo da discussão teórica sobre a evolução do governo eletrônico em analogia com Vigoda (2002)

Continua

	e-gov	<i>Governo Aberto</i>	CiRM	e-gov 2.0	e-democracia
Característica	Informação	Informação e participação	Informação e participação	Informação, participação e colaboração	Informação, participação, colaboração e empoderamento do cidadão
Percepção do Cidadão	Cidadão como receptor passivo. Comunicação unidirecional	Cidadão como eleitor. Comunicação birecional	Cidadão como cliente. Comunicação birecional	Cidadão como parceiro. Comunicação birecional	Cidadão como fonte de legitimidade da ação. Comunicação birecional

					Conclusão
Papel da Administração Pública	Regulador do processo	Regulador do processo	Administrador	Parceiro	Sujeito
Gestão da Informação	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente
Gestão de Conhecimento	Ausente	Presente	Presente	Presente	Presente
Fonte da informação/do conhecimento	Informação sobre ações da A.P	Informação sobre ações da A.P.	Informações sobre A.P e a respeito do cidadão.	Informações sobre A.P e a respeito do cidadão. Troca de conhecimento entre A.P e Cidadão	Informações sobre A.P e a respeito do cidadão. Troca de conhecimento entre A.P e Cidadão

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em VIGODA (2002).

Após a apresentação dos conceitos que embasam o presente estudo, descreve-se a metodologia do estudo de caso abordado considerando a triangulação metodológica com abordagens tanto quantitativas quanto qualitativas.

METODOLOGIA DE PESQUISA

A pesquisa pode ser classificada como estudo de caso exploratório/descritivo de caso único (YIN, 2001). O caso é descritivo/exploratório por analisar as relações entre cidadão e Governo na potencial esfera pública digital e de caso único por centralizar esta análise no Facebook do órgão gestor do Sistema Estadual de Saúde de Minas Gerais, que é a Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (SES-MG). Nesse contexto, a perspectiva qualitativa, pela análise de conteúdo dos *posts* da *Fan Page* da SES-MG, favorece analisar e descrever o relacionamento entre cidadão e Governo tanto em relação ao conteúdo das mensagens quanto ao fluxo de mensagem (do cidadão para o Governo e vice-versa). Nesta pesquisa, foi utilizada a triangulação de fontes de dados (YIN, 2001) a partir da combinação de três diferentes métodos de coleta de dados:

- análise documental das resoluções normativas sobre *e-gov* no Governo de Minas, orientações da Subsecretaria de Comunicação do Estado de Minas Gerais a respeito das mídias sociais e materiais gráficos de campanha da SES-MG;
- análise quantitativa e qualitativa do conteúdo dos *posts* da *Fan Page* da SES-MG;
- questionários estruturados aplicados aos gestores governamentais e aos cidadãos mais frequentes na rede social da SES-MG.

A análise documental consistiu na análise de publicações de caráter regulamentar publicadas pelo Governo de Minas Gerais a respeito das TICs bem como manuais de implementação e de redação dos sítios eletrônicos. A observação em relação aos materiais gráficos tem sua relevância devido ao fato de informar ao cidadão a existência ou não da *Fan Page* e, por conseguinte, de seu conteúdo.

Por sua vez, a análise de conteúdo compreendeu a análise de 1038 *posts* da *Fan Page* da SES-MG no período de 1º de dezembro de 2017 a 30 de junho de 2018 e em materiais gráficos. Também houve análise quantitativa dos dados da *Fan Page* da SES-MG relacionados às métricas de engajamento nas mídias sociais. Essa análise proporcionou a possibilidade de categorização dos *posts*, bem como dados sobre o engajamento e ações dos internautas em relação à página institucional no Facebook.

Adicionalmente, foram aplicados questionários estruturados para Gestor Funcional de mídias sociais da Assessoria de Comunicação da SES-MG, para o Gestor Estratégico do Sistema Estadual de Saúde de Minas Gerais bem como questionários estruturados para seguidores da *Fan Page* da SES-MG indicados como maiores influenciadores pelo software Fanpagekarma, excluindo os seguidores que tenham vínculo empregatício com a Administração Pública Estadual. A utilização de entrevistas para esses três

perfis baseia-se na pesquisa realizada por Baird & Parasnis (2011) que apresentaram as percepções dos gestores e dos seguidores da página da IBM no Facebook.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Baseando-se nas informações coletadas bem como nos conceitos e nas interrelações dos construtos apresentados, foram feitas as análises documental, de conteúdo e dos questionários detalhadas a seguir.

Análise Documental

No âmbito da análise documental, foram inicialmente analisadas publicações de caráter regulamentar relacionadas ao tema Governo Eletrônico, em ordem cronológica, disponibilizadas no sítio <http://www.planejamento.mg.gov.br> mantido pela Secretaria de Planejamento e Gestão do Estado de Minas Gerais (SEPLAG-MG). Como o contexto deste trabalho é a SES-MG, no âmbito da análise documental, foram considerados não apenas diretrizes estaduais sobre Governo Eletrônico, mas também documentos específicos da SES-MG. A preocupação com os sítios governamentais e a determinação para a publicação de seus endereços eletrônicos nas produções gráficas oficiais são claras ao analisar o material gráfico (*folders* e cartazes em versões impressas e digitais) produzido pela SES-MG relacionado à AIDS, dengue, gripe, saúde da mulher, tuberculose e vida saudável. Embora sejam feitas publicações sobre os temas na *Fan Page* da SES-MG, no material gráfico não consta o endereço de nenhuma mídia social, estando presentes os endereços eletrônicos de *hotsites* como o <http://www.saude.mg.gov.br/dengue>.

Na *homepage* do portal <http://www.saude.mg.gov.br> a única menção às mídias sociais é a presença de ícones no cabeçalho, apesar de ser possível compartilhar o conteúdo das páginas nas mídias sociais. Nos *hotsites*, são disponibilizadas artes temáticas com presença de *hashtags* como #TuberculoseTemCura, todavia não há citação à *Fan Page* em texto ou na própria imagem a ser compartilhada. Assim, a análise documental possibilita afirmar que há uma crescente atenção ao *e-gov* no âmbito do Governo do Estado de Minas Gerais, contudo, ainda há a necessidade de melhor articulação entre os atores governamentais no que tange à agregação de funcionalidades mais colaborativas e a evolução em direção aos conceitos de *e-gov* no âmbito das mídias sociais. Ressalta-se que não há diretriz das secretarias de Governo em relação à utilização das mídias sociais, ficando, portanto, a cargo de cada órgão.

Análise do Conteúdo da Página do Facebook da SES-MG

A análise de conteúdo da página Facebook da SES-MG contemplou o período de sete meses entre dezembro de 2017 e julho de 2018 e proporcionou o montante de 1032 *posts*. O período foi definido com base na quantidade de meses necessários para se atingir o número de 1.000 *posts* que foi uma premissa assumida para se ter um volume considerável. As categorias foram definidas pelos autores deste trabalho considerando-se a proximidade do conteúdo das postagens e a relevância em termos de ações dos internautas (curtidas, compartilhamentos, reações e comentários).

No período analisado, foram 100.370 curtidas, 624 reações positivas, 15 reações negativas, 20 surpresas, 1.139 comentários, 22.716 compartilhamentos e 84 respostas. Dos 1032 *posts* analisados apenas um possuiu caráter colaborativo como demonstrado na Tabela I.

Tabela I- Análise de conteúdo dos posts da *Fan Page* da SES-MG

Data	Total de Postagens	Informativo	Colaborativo	Participativo
Total	1032	1.031	1	0
Média		100%	0%	0%

*Única postagem informativo e colatorativo ao mesmo tempo foi a postagem 85 do mês de maio de 2018.

Sobre as ações realizadas pelos cidadãos/internautas mostradas na Tabela 2, a discrepância entre a ação de curtir, praticamente orgânica no Facebook, e a de comentar- em que o engajamento com o *post* pode ser mais notável- reforça a percepção informativa dos conteúdos. Bonsón & Ratkai (2013) enfatizam a diferença entre as ações citadas inclusive com proposta de atribuição de peso em que um comentário seja equivalente a três curtidas considerando-se, também, a unilateralidade do processo comunicacional.

Tabela 2 - Ações de Internautas na *Fan Page* da SES-MG

Total/ Média	Curtidas	Reações Positivas	Reações Negativas	Surpresa	Comentários	Comparti lhamentos	Respostas	Total de Reações
Total	100.370	624	15	20	1.139	22.716	84	124.968
Média	97	1	0	0	1	22	0	121

Nota: Constam como comentários marcações de internautas no *post*.

A categoria com maior número de *posts* é de notícias com 21, conforme mostrado na Tabela 3, confirmando o caráter informacional da *Fan Page*. O engajamento do cidadão por meio de curtidas, compartilhamentos, reações e comentários demonstra um distanciamento entre o conteúdo produzido e o interesse do internauta demonstrado na Tabela 4.

Tabela 3 - Número de *post* produzidos por categoria

Categoria	Número de <i>Posts</i>
Capacitação	15
Dicas de Saúde	180
Doenças ligadas ao Aedes	160
Informação e Promoção à saúde	96
LGBT	39
Notícias	218

Fonte: Dados da Pesquisa.

Tabela 4 - Reações por *post* nas categorias mais frequentes

Categoria	Reação/ <i>post</i>
AIDS/HIV	703,72
Campanhas Sazonais	176,33
Capacitação	39,26
Dicas de Saúde	16,95
Doenças ligadas ao Aedes	285
Informação e Promoção à saúde	26,03
LGBT	24,25
Notícias	15,35
Promoção à cidadania	32,52
SUS	32,78

Fonte: Dados da pesquisa.

Cruzando os dados com a análise da produção de conteúdo da *Fan Page*, pode-se afirmar que o conteúdo quase exclusivamente informacional produz um engajamento baseado em curtidas que não prioriza o modelo relacional e a comunicação em mão dupla que é marca do e-gov 2.0. Entende-se haver o que Reddick & Norris (2013) denominaram Web 1.5, ou seja, uma adoção parcial, mas incompleta da Web 2.0 por parte da Administração Pública, visto que 1031 *posts* possuíram caráter exclusivamente informativo não estimulando nem a participação nem a colaboração dos seguidores da *Fan Page*.

Análise de Questionários

Para a condução dos questionários no 2º semestre de 2018 com gestores e internautas da *Fan Page* da SES-MG, seguiu-se a metodologia de Baird & Parasnis (2011) que apresentou a visão e a expectativa de gestores e clientes da IBM sobre o papel da mídia social. Os seguintes gestores foram selecionados por seu grau de influência: o Gestor Funcional de Mídias Sociais da SES-MG e o Gestor Estratégico do Sistema Estadual de Saúde.

Segundo o Gestor Funcional, não há um manual institucional de utilização das mídias sociais governamentais, apesar de, na SES-MG, haver orientações para que os jornalistas desta instituição possam produzir conteúdo para a Web, utilizando ferramentas *online* gratuitas. Embora haja informação a respeito do perfil do usuário da *Fan Page*, tais dados não são considerados na elaboração de comunicação dirigida. Nas respostas do Gestor Funcional, ressalta-se a negação do Facebook como mídia e instrumento de marketing. O respondente refuta a perspectiva do uso da rede social como plataforma de marketing de relacionamento, já que tal abordagem é percebida como instrumento mercadológico e antagônico aos objetivos de uma Secretaria de Estado. Infere-se, a partir da análise do conteúdo das respostas do Gestor Funcional, que o Facebook é percebido como uma possibilidade de uma linguagem mais próxima do cidadão sem necessariamente trazer avanços no campo da interatividade. A visão é que a rede social se aproxima de um mural digital em que a forma mais leve e despojada das informações é o item mais valorado.

Para o Gestor Estratégico, os papéis da mídia social institucional consistem em fortalecer o Sistema Único de Saúde (SUS) em Minas Gerais, informar os públicos, ser espaço de relacionamento com os públicos da instituição bem como espaço para sugestões, críticas de ações e políticas. Percebe-se na resposta uma concepção mais ampla e relacional do que a apontada anteriormente pelo Gestor Funcional. Contudo, no que diz respeito a denúncias ou reclamações, a orientação é que sejam feitas pelos internautas nos canais de Ouvidoria (Fale Conosco da SES-MG / Portal da Transparência e Ouvidoria do SUS). Mais uma vez, a mídia social é percebida como ambiente mais leve e descontraído em consonância com a visão anterior do Gestor Funcional, não sendo considerada pelo Governo de Minas Gerais como local de relacionamento com o cidadão.

O perfil dos 24 internautas influenciadores apontados pela ferramenta Fanpagekarma foi analisado segundo informações que constam em seus perfis nas mídias sociais. Excluindo-se os servidores públicos dos influenciadores, dos 13 influenciadores qualificados para responder o questionário, cinco preencheram e enviaram o formulário. Ressalta-se que houve contato diário por meio de mídias sociais e/ou telefone com os influenciadores. Percebe-se que a expectativa dos influenciadores que responderam ao questionário está focada em concepção de *e-gov* 1.0 com informações, sendo o centro do anseio dos internautas. Entretanto, há desejo de que o Facebook seja um espaço com maior interatividade e com possibilidade de interação por meio de curtidas e compartilhamentos. Nota-se que mesmo sendo influenciadores, a prática de comentários não foi citada pelos respondentes, ou seja, a externalização de opiniões, críticas e sugestões não foi posta em prática. Apesar de cientes de que, no período estudado, não houve nenhuma ação de característica interativa como enquete ou e-votação, os influenciadores respondentes ainda afirmam que a mídia social da Secretaria possui participação. A análise do conteúdo postado pela Secretaria de Saúde e compartilhada pelos internautas influenciadores denota a falta de uma política de comunicação inclusiva e efetivamente com foco na e-participação e no relacionamento entre Administração Pública e Cidadão.

CONCLUSÃO

Considerando-se os modelos e os níveis e Governo Eletrônico bem como a percepção no relacionamento entre Administração Pública e Cidadão, pode-se afirmar que as ações e políticas relativas tanto à comunicação quanto ao Governo Eletrônico decorrem da escolha dos gestores estratégicos e funcionais. No caso da pesquisa realizada, os resultados corroboram o que Rego (1985) constatou: embora a comunicação governamental devesse ser de mão-dupla no intuito de informar o cidadão e de ser

informado sobre “o estado de espírito dos cidadãos”, o Brasil se acostumou com o “oficialismo informativo”.

Informar o cidadão é uma das funções da comunicação governamental e a atividade é estimulada na perspectiva de Governo Eletrônico I.O. Contudo, tendo por base os dados aferidos, as respostas aos questionários, análise da legislação vigente e os conceitos apresentados, evidencia-se a não percepção do espaço *online* como esfera pública digital.

Portanto, a presente pesquisa corrobora os resultados do estudo de Pinho *et al.* (2008) que analisou os portais de governo eletrônico, bem como os achados de Amaral Nogueira, Alves & Diniz (2011) ao abordarem o uso de mídias sociais nas empresas paulistas de transporte público e ainda Silva & Santos (2015) ao pesquisarem o uso de mídias sociais para comunicação na Administração Pública. Todas estas pesquisas também concluíram a respeito da subutilização do potencial das mídias sociais no relacionamento entre Administração Pública e o Cidadão bem como a perspectiva da gestão distante dos conceitos de e-participação e e-democracia.

Ressalta-se que esta prática não é exclusiva do órgão analisado nem do contexto nacional. Em sua pesquisa sobre órgãos públicos tailandeses, Gunawong (2015) salienta que o foco também esteve na produção de informações e notícias para a população e que essa prática não implica necessariamente em maior transparência. O autor ainda enfatiza a necessidade de os órgãos públicos produzirem informação de interesse e relevância para o cidadão.

Os resultados do presente trabalho corroboram os achados de Bonsón *et al.* (2015) para quem há um desperdício de potencial das mídias no que diz respeito ao engajamento do cidadão. Para além do engajamento, os autores afirmam que as mídias sociais oferecem oportunidade para interação direta com o público e proporcionam um canal inovador de participação, disseminação de informação e educação. Soares & Monteiro (2015) ratificam a percepção de desperdício do potencial das mídias sociais, visto que elas podem proporcionar, entre outros benefícios, promoção de contínuas interações entre organização e público e o conseqüente aumento de exposição da organização no ambiente virtual.

No caso apresentado, há a concepção de transposição do caráter informativo do portal institucional para a mídia social, em exemplo perfeito do que Reddick & Norris (2013) chamaram de web I.5. Não é concebida a utilização das mídias e redes sociais para fomentar grupos de discussão de políticas públicas nem relacionamento com cidadãos. Ressalta-se, no contexto da saúde pública, a universalidade do Sistema Único de Saúde ao atender toda a população no território nacional. Assim, tanto informações quanto o próprio relacionamento com o cidadão, no âmbito também do controle social, são fundamentais e não excludentes. Informar sobre ações e políticas de saúde pública é também o cumprimento da determinação constitucional de publicização dos atos públicos. Não há, portanto, uma contraposição entre informar e relacionar, mas uma opção da gestão em como agir em relação aos usuários do SUS.

Chun & Reyes (2012) salientam que os cidadãos desejam fornecer opiniões na elaboração das políticas e ligam-se aos Governos para monitorar as atividades e processos de tomada de decisão e exigir mais transparências por meio de informações e prestação de contas do governo. Essa participação, para Chun & Reyes (2012), baseada em mídia social, promove uma quantidade e qualidade sem precedentes de colaboração entre os cidadãos e os governos.

Segundo Cunha & Miranda (2013), os ambientes virtuais e, especialmente as mídias sociais, podem ser utilizados de vários modos: enquetes temáticas, consultas públicas para fornecedores, validação de propostas de políticas públicas, canal de recebimento de demandas e propostas da população, entre outros. Cunha & Miranda (2013, p. 547) ainda apontam o risco de desperdiçar o que afirmam ser a principal virtude intrínseca da Internet como instrumento tecnológico para a democracia: “a possibilidade de criar um marco para os fluxos, discursos e complexos de informação dos cidadãos ao Estado, do Estado aos cidadãos e dos cidadãos entre si”.

Dessa forma, percebe-se que a participação ocorre trivializada por meio de curtidas, reações, compartilhamentos e comentários, notadamente, por meio de curtidas e compartilhamentos. A relevância do estudo está presente tanto na parte teórica ao relacionar comunicação cidadão e governo eletrônico quanto em demonstrar empiricamente a ação da comunicação em uma instituição pública. Também há colaboração em uma proposta de classificação de níveis de Governo Eletrônico embasada na teoria que

pode ser aplicada para avaliação das ações bem como da análise das políticas, correlacionando tanto com os modelos de *e-gov* quanto com a perspectiva relacional apresentada por Vigoda (2002).

Assim, novos estudos podem ser feitos a título de comparação com outros órgãos públicos na mesma esfera ou em outras esferas governamentais. A replicação do estudo pode mostrar ser este o *modus operandi* da comunicação governamental ou se ações e políticas de comunicação cidadão e governo eletrônico em perspectivas cidadãs-cêntricas estão ocorrendo tanto nas esferas municipal, estadual e federal quanto nos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL NOGUEIRA, Fernando; ALVES, Mário Aquino; DINIZ, Eduardo Henrique. Uso de mídias sociais nas empresas paulistas de transporte público: uma pesquisa exploratória. **V ENAPEGS (Encontro de Pesquisadores de Gestão Social)**, Florianópolis, 2011.

ANTTIROIKO, Ari-Veikko. Innovation in democratic e-governance: Benefitting from Web 2.0 applications in the public sector. **International Journal of Electronic Government Research (IJEGR)**, v. 6, n. 2, p. 18-36, 2010.

BATISTA, Flávia Preuss Siqueira. **Gestão de marcas por meio das redes sociais: um estudo sobre a utilização do facebook**. 2011. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

BATISTA, Fábio Ferreira; COSTA, Veruska da Silva. Alinhando o modelo, o método de implementação e a prática de gestão do conhecimento (GC): o caso do Repositório do Conhecimento do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (RCIpea). **Revista do Serviço Público**, v. 64, n.1, p. 59-76, 2013.

BONSÓN, Enrique *et al.* Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. **Government information quarterly**, v. 29, n. 2, p. 123-132, 2012.

BONSÓN, Enrique; RATKAI, Melinda. A set of metrics to assess stakeholder engagement and social legitimacy on a corporate Facebook page. **Online Information Review**, v. 37, n. 5, p. 787-803, 2013.

BONSÓN, Enrique; ROYO, Sonia; RATKAI, Melinda. Citizens' engagement on local governments' Facebook sites. An empirical analysis: The impact of different media and content types in Western Europe. **Government Information Quarterly**, v. 32, n. 1, p. 52-62, 2015.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito *et al.* Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2.ed. São Paulo: Atlas, p.1-33, p. 1-33, 2009.

BRASIL, Senado Federal. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, Centro Gráfico, 1988.

BRASIL, Casa Civil. Lei nº 8.080, de 19 de setembro de 1990. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização eo funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, v. 20, 1990

CHADWICK, Andrew; MAY, Christopher. Interaction between States and Citizens in the Age of the Internet: “e-Government” in the United States, Britain, and the European Union. **Governance**, v. 16, n. 2, p. 271-300, 2003.

CHUN, Soon *et al.* Government 2.0: Making connections between citizens, data and

government. **Information Polity**, v. 15, n. 1, 2, p. 1-9, 2010.

CRIADO, J. Ignacio; SANDOVAL-ALMAZAN, Rodrigo; GIL-GARCIA, J. Ramon. Government innovation through social media. **Government Information Quarterly**, v. 30, n. 4, p. 319-326, 2013.

CUNHA, Maria Alexandra Viegas Cortez da; MIRANDA, Paulo Roberto de Mello. O uso de TIC pelos governos: uma proposta de agenda de pesquisa a partir da produção acadêmica e da prática nacional. **Organizações & sociedade**, v. 20, n. 66, p. 543-566, 2013.

CUNHA, Maria Alexandra Viegas Cortez da; COELHO, Taiane Ritta; POZZEBON, Marlei Internet e participação: o caso do orçamento participativo digital de Belo Horizonte. **Rev. adm. empres.**, vol.54, n.3, pp.296-308, 2014.

CURRAN, Tom; SINGH, Ravi. E-democracy as the future face of democracy: a case study of the 2011 Irish elections. **European View**, v. 10, n. 1, p. 25-31, 2011.

FRANÇA, V. R. V. Paradigmas da comunicação: conhecer o quê? In: MOTTA, L. G. *et al.* (Org.). **Estratégias e culturas da comunicação**. Brasília, DF: UnB, 2002. p. 13-29.

GUNAWONG, Panom. Open government and social media: A focus on transparency. **Social Science Computer Review**, v. 33, n. 5, p. 587-598, 2015.

HELLER BAIRD, Carolyn; PARASNIS, Gautam. From social media to social customer relationship management. **Strategy & leadership**, v. 39, n. 5, p. 30-37, 2011.

JAEGER, Paul T. Deliberative democracy and the conceptual foundations of electronic government. **Government Information Quarterly**, v. 22, n. 4, p. 702-719, 2005.

KAKABADSE, Andrew; KAKABADSE, Nada K.; KOUZMIN, Alexander. Reinventing the democratic governance project through information technology? A growing agenda for debate. **Public Administration Review**, v. 63, n. 1, p. 44-60, 2003.

KAMAL, Muhammad Mustafa. An analysis of e-participation research: moving from theoretical to pragmatic viewpoint. **Transforming Government: People, Process and Policy**, v. 3, n. 4, p. 340-354, 2009.

LARA, Rodrigo Diniz; GOSLING, Marlusa de Sevilha. UM MODELO DE GESTÃO DO RELACIONAMENTO ENTRE OS CIDADÃOS EA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA. **READ. Revista Eletrônica de Administração** (Porto Alegre), v. 22, n. 2, p. 333-362, 2016.

FEDERAL, Governo. **Acesso à informação**. Aspectos Gerais da Lei, 2015.

LIDÉN, Gustav. Supply of and demand for e-democracy: A study of the Swedish case. **Information Polity**, v. 18, n. 3, p. 217-232, 2013.

MACINTOSH, A & WHYTE, A. Towards an evaluation framework for e-participation. **Transforming Government: People, Process and Policy**, v.2, n.1, p. 16-30, 2008.

MARQUES, E. C. L.. Notas sobre redes, Estado e políticas públicas. **Cadernos de Saúde Pública**, 35, 2019.

MEIJER, Albert J.; CURTIN, Deirdre; HILLEBRANDT, Maarten. Open government: connecting vision

and voice. **International review of administrative sciences**, v. 78, n. 1, p. 10-29, 2012.

MERGEL, Ines; BRETSCHEIDER, Stuart I. A three-stage adoption process for social media use in government. **Public administration review**, v. 73, n. 3, p. 390-400, 2013.

NAM, Taewoo. Citizens' attitudes toward open government and government 2.0. **International review of administrative sciences**, v. 78, n. 2, p. 346-368, 2012.

NORRIS, Donald F. Electronic Democracy at the American Grassroots, pada: Norris. **Current Issues and Trends in E-Government Research**, Hershey: Cyber Tech Publishing, 2007.

OECD, Promise. **Problems of E-Democracy: Challenges of online citizen engagement**. 2003.

OECD - Organização para a Cooperação de Desenvolvimento Econômico. (2009). *Annual Report. Economic Surveys: Brasil*. Recuperado a partir de <https://www.oecd.org/newsroom/43125523.pdf>.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0**. O'Reilly Media. <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.htm>, 2009.

PINA, Vicente; TORRES, Lourdes; ROYO, Sonia. Is e-government leading to more accountable and transparent local governments? An overall view. **Financial Accountability & Management**, v. 26, n. 1, p. 3-20, 2010.

PINHO, José Antonio Gomes; IGLESIAS, Diego Moura; DE SOUZA, Ana Carolina Pereira. Portais de Governo Eletrônico de Estados no Brasil: muita tecnologia e pouca democracia. **Revista de Administração Pública (RAP)**, v.42, n.3, 471-493, 2008.

REDDICK, Christopher G. Impact of citizen relationship management (CRM) on government: Evidence from US local governments. **Journal of E-governance**, v. 33, n. 2, p. 88-99, 2010.

REDDICK, Christopher G. Citizen interaction and e-government: Evidence for the managerial, consultative, and participatory models. **Transforming Government: People, Process and Policy**, v. 5, n. 2, p. 167-184, 2011.

REDDICK, Christopher G.; NORRIS, Donald F. Social media adoption at the American grass roots: Web 2.0 or 1.5?. **Government Information Quarterly**, v. 30, n. 4, p. 498-507, 2013.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. **Marketing político e governamental: um roteiro para campanhas políticas e estratégias de comunicação**. Summus Editorial, 1985.

SHULMAN, Stuart W. E-rulemaking: Issues in current research and practice. **International Journal of Public Administration**, v. 28, n. 7-8, p. 621-641, 2005.

SILVA, Adriano Santos Rocha; DOS SANTOS, Ernani Marques. Uso de Mídias Sociais para Comunicação na Administração Pública: um Estudo de Caso no Centro de Atendimento ao Cidadão de Sergipe- Brasil. **Enadi (Encontro Nacional de Administração da Informação) 2015- Brasília DF. 21 a 23 de junho de 2015**

SOARES, Felipe Ribeiro; MONTEIRO, Plínio Rafael Reis. Marketing digital e marketing de relacionamento: interação e engajamento como determinantes do crescimento de páginas do Facebook. **NAVUS- revista de gestão e tecnologia**, v. 5, n. 3, p. 42-59, 2015.

VIBORG ANDERSEN, Kim *et al.* Costs of e-participation: the management challenges. **Transforming Government: People, Process and Policy**, v. 1, n. 1, p. 29-43, 2007.

VIGODA, Eran. From responsiveness to collaboration: Governance, citizens, and the next generation of public administration. **Public administration review**, v. 62, n. 5, p. 527-540, 2002.

WHITE, Connie M. **Social media, crisis communication, and emergency management: Leveraging Web 2.0 technologies**. CRC press, 2011.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2a edição. Porto Alegre, 2001.