

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ**

**MARCELO RODRIGUES DA SILVA**

**GOVERNANÇA PÚBLICA E COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL NAS  
CIDADES: A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS**

**CURITIBA**

**2023**

**MARCELO RODRIGUES DA SILVA**

**GOVERNANÇA PÚBLICA E COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL NAS  
CIDADES: A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS**

**Public governance and government communication in cities: the influence of  
social media**

Tese apresentada como requisito para obtenção do título de Doutor em Planejamento e Governança Pública da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Orientador: Prof. Dr. Ivan Carlos Vicentin.

**CURITIBA**

**2023**



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Esta licença permite remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, para fins não comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es) e que licenciem as novas criações sob termos idênticos. Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.



MARCELO RODRIGUES DA SILVA

**GOVERNANÇA PÚBLICA E COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL NAS CIDADES: A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS**

Trabalho de pesquisa de doutorado apresentado como requisito para obtenção do título de Doutor Em Planejamento E Governança Pública da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Área de concentração: Planejamento Público E Desenvolvimento.

Data de aprovação: 11 de Agosto de 2023

Dr. Ivan Carlos Vicentin, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Dr. Antonio Goncalves De Oliveira, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Dra. Denise Fukumi Tsunoda, Doutorado - Universidade Federal do Paraná (Ufpr)

Dr. Mario Procopiuck, Doutorado - Pontifícia Universidade Católica do Paraná (Pucpr)

Documento gerado pelo Sistema Acadêmico da UTFPR a partir dos dados da Ata de Defesa em 15/08/2023.

Dedico este trabalho à minha esposa Ana Paula e minhas filhas Camilla e Marinna. Ainda, dedico aos meus pais, Pedro Paulo e Marcia Cristina.

## AGRADECIMENTOS

Os longos quatro anos de um doutorado nos faz duvidar de nós mesmos diversas vezes pois o sentimento é de um esforço individual e solitário. Ter enfrentado a pandemia do COVID-19 nesse período enfatizou ainda mais essa sensação. Contudo, seria injusto não reconhecer que muitas pessoas colaboraram para o êxito desta jornada.

O principal agradecimento acadêmico é ao Professor Ivan Carlos Vicentin que me orientou desde a entrada como aluno especial do Mestrado até o término do Doutorado. Agradeço a confiança em mim e tenho certeza de que este trabalho é fruto também de sua excelência como orientador. Vencida essa fase, espero contar com vossa amizade.

Ainda na esfera acadêmica, agradeço aos professores Antônio Gonçalves de Oliveira, Mario Procopiuck e Denise Fukumi Tsunoda que compuseram a banca de qualificação, onde diversos apontamentos foram feitos para melhoria da pesquisa e a banca de defesa final da tese. Aos colegas de Doutorado, em especial ao Nelson e Silvana, meus agradecimentos. Aos demais colegas de Programa, em especial à Cinthia Nakazato, Gabriela Borges e Priscila Perrelles por compartilhar o tema de pesquisa e a escrita de artigos científicos, também registro meus agradecimentos. Impossível listar nome por nome, mas registro ainda meus agradecimentos aos colegas de outras instituições que colaboraram na jornada, ao Programa de Produção Acadêmica e ao curso Destravando.

Na esfera pessoal e familiar agradeço à minha esposa Ana Paula e minhas filhas Camilla e Marinna: todo esforço vale a pena por vocês. Agradecimentos especiais aos meus pais, Pedro Paulo e Marcia: exemplos em minha vida. No lado transcendente, meus agradecimentos à Nossa Senhora Aparecida, intercessora junto a Deus que é Pai, Filho e Espírito Santo.

Por fim, na parte profissional, agradeço ao Instituto Federal do Paraná pelo afastamento remunerado para que eu pudesse me dedicar exclusivamente ao Doutorado.

## RESUMO

A governança pública, enquanto modelo de gestão pública que propõe a reformulação das relações entre o Estado e os demais atores sociais para o aumento da capacidade de execução de políticas públicas, tem na comunicação governamental um elemento imprescindível. O objetivo geral da pesquisa é analisar como as Prefeituras Municipais utilizam as mídias sociais para a comunicação governamental no contexto da governança pública. O estudo contribui, por meio de mapeamentos da produção científica e revisão sistemática, para as teorias de Governança Pública e Comunicação Pública, aplicadas para a realidade local. A pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, utilizando de metodologia quali-quantitativa e tendo por desenho o estudo de casos múltiplos. Foram pesquisados sete municípios do estado do Paraná – Brasil, com população entre 32 mil e 350 mil pessoas. A unidade de observação foi a Prefeitura Municipal e a coleta de dados se deu em duas fontes: observação das mídias sociais utilizadas pelas Prefeituras, notadamente Instagram e Facebook; e entrevistas com os gestores municipais de comunicação. Os dados foram analisados quantitativamente por meio de números absolutos, média aritmética e desvio padrão e comparação entre os casos e de forma qualitativa por meio de análise de conteúdo. A perspectiva temporal da coleta e análise de dados foi o segundo semestre de 2022 e primeiro semestre de 2023. Os principais resultados da pesquisa demonstram diferenças significativas na comunicação dos municípios das cidades com população menor em relação às cidades de maior porte: as cidades mais populosas tendem a adotar mais cedo as mídias sociais bem como fazer uso de mais redes sociais na comunicação governamental; em todos os casos o Facebook foi a mídia social com maior número de seguidores, no entanto, nas cidades de maior porte o Instagram apresenta números relevantes; o conteúdo da comunicação das cidades de menor população tende a ser mais voltado à divulgação das ações da Prefeitura, enquanto a comunicação das grandes cidades incorpora campanhas educativas, conteúdos de relacionamento e utilização de humor, o que acarreta maior engajamento. Foi verificada a existência da comunicação da governança pública nas mídias sociais em todos os casos estudados. A partir da análise dos dados obtidos e da percepção dos gestores de comunicação entrevistados, bem como na fundamentação teórica, foi proposto um modelo de comunicação governamental em cidades, por intermédio de mídias sociais a partir de três componentes: adoção de mídias sociais; integração da comunicação governamental por mídias sociais; diálogo e participação, tendo como sustentação os princípios de governança pública. O estudo contribui na compreensão das relações entre governos e cidadãos por meio das mídias sociais, contrastando cidades de portes diferentes, ao mesmo tempo que a construção do modelo pode auxiliar os gestores de comunicação das Prefeituras na efetiva melhoria da governança pública em nível local.

**Palavras-chave:** participação cidadã; engajamento cidadão; comunicação estratégica, e-governo; e-participação.

## ABSTRACT

Public governance, as a public management model that proposes the reformulation of relations between the State and other social actors to increase the capacity to execute public policies, has in government communication an essential element. The general objective of the research is to analyze how City Halls use social media for government communication in the context of public governance. Through mappings of scientific production and systematic review, the study contributes to the theories of Public Governance and Public Communication, applied to the local reality. The research is characterized as exploratory and descriptive, using qualitative-quantitative methodology and designing the study of multiple cases. Seven municipalities in Paraná - Brazil, with a population between 32,000 and 350,000 people, were surveyed. The observation unit was the City Hall, and data collection took place from two sources: observation from social media used by City Halls, notably Instagram and Facebook, and interviews with municipal communication managers. The data were analyzed quantitatively using absolute numbers, arithmetic mean and standard deviation, and comparison between the cases and qualitatively through content analysis. The time perspective of data collection and analysis was the second half of 2022 and the first half of 2023. The main results of the research demonstrate significant differences in the communication of the municipalities with smaller populations concerning the more populous cities: the more populated cities tend to adopt social media earlier and use more social networks in government communication; in all cases, Facebook was the social media with the most significant number of followers, however, in larger cities, Instagram presents relevant numbers; the communication content of towns with smaller populations tends to be more focused on the dissemination of the actions of the City Hall, while the communication of large cities incorporates educational campaigns, relationship content and use of humor, which leads to more engagement. Public governance communication on social media was verified in all cases studied. From the analysis of the data obtained and the perception of the communication managers interviewed, as well as the theoretical foundation, a model of governmental communication through social media in cities was proposed from three components: adoption of social media; integration of government communication through social media; dialogue, and participation, supported by the principles of public governance. The study contributes to understanding the relations between governments and citizens through social media, contrasting cities of different sizes. At the same time, the construction of the model can help the communication managers of the Prefectures in the practical improvement of public governance at the local level.

**Keywords:** citizen participation; citizen engagement; strategic communication, e-government; e-participation.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Protocolo de execução de mapeamento sistemático .....	30
Figura 2 - Rede de cocorrência de palavras-chave sobre governança pública .....	39
Figura 3 - Rede de cocitação de autores sobre governança pública.....	40
Figura 4 – Rede de cocorrência de palavras-chave em comunicação governamental .....	60
Figura 5 - Rede de cocitação sobre comunicação governamental .....	60
Figura 6 – Unidade de gestão da comunicação integrada .....	81
Figura 7 - Processo de construção da teoria de modelos de Carlile e Christensen ..	92
Figura 8 – Imagens de divulgação de ‘ações governamentais’ da Prefeitura de M5 .....	122
Figura 9 – Imagens de campanha educativa de doação de ração da Prefeitura de M6 .....	129
Figura 10 – Imagem da publicação sobre novo asfalto no autódromo da cidade de M7 .....	138
Figura 11 – Ano de adoção das redes sociais pelas Prefeituras.....	140
Figura 12 – Modelo de comunicação governamental em cidades, por intermédio de mídias sociais, no contexto da governança pública .....	149



## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Produção anual de artigos sobre governança pública .....	32
Gráfico 2 - Produção anual de artigos sobre comunicação governamental .....	54
Gráfico 3 – Distribuição do conteúdo das Prefeituras nas mídias sociais por categoria .....	142
Gráfico 4 – Relação entre conteúdo publicado e Governança Pública .....	143
Gráfico 5 – Princípios de Governança Pública comunicados pelas Prefeituras analisadas .....	144
Gráfico 6 – Média de reações aos conteúdos publicados pelas Prefeituras Municipais .....	146

## LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Produção científica sobre governança pública por país .....	32
Mapa 2 - Colaboração de autores sobre governança pública .....	34
Mapa 3 - Produção científica sobre comunicação governamental por país .....	55
Mapa 4 - Colaboração de autores sobre comunicação governamental .....	56

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Publicações oriundas do projeto de pesquisa Comunicação e Governança Pública .....	24
Quadro 2 – Artigos que tratam simultaneamente de governança pública, comunicação governamental e mídias sociais identificados nas bases de dados.....	27
Quadro 3 – Temas abordados nos artigos da Revista Administração Pública & Gestão Social .....	38
Quadro 4 – Elementos chave da Administração Pública Tradicional, NPM e Governança Pública .....	42
Quadro 5 - Definições de governança pública em instituições exteriores ao Brasil. .	45
Quadro 6 – Desafios para a Governança Pública na América Latina no cenário pós-COVID-19.....	49
Quadro 7 – Princípios de governança pública aplicados ao contexto local .....	51
Quadro 8 - Protocolo da revisão sistemática da literatura governança pública e mídias sociais .....	66
Quadro 9 - Diferenças e semelhanças entre comunicação governamental por portais e mídias sociais .....	78
Quadro 10 - Tipos de comunicação e categorias de conteúdo da comunicação governamental.....	83
Quadro 11 – Variáveis coletadas por meio do formulário de observação de mídias sociais .....	88
Quadro 12 – Categorias de análise de conteúdo das publicações.....	90
Quadro 13 – Relação entre conteúdo da publicação e governança pública .....	91
Quadro 14 – Síntese da metodologia da pesquisa.....	93
Quadro 15 – Relação entre publicações da Prefeitura de M1 e princípios de governança pública .....	96
Quadro 16 – Comentários sobre a publicação do Boletim de COVID de 24/11/2022 da Prefeitura de M1 .....	100
Quadro 17 – Comentários sobre a publicação que orientou sobre economia de água da Prefeitura de M1 .....	101
Quadro 18 – Relação entre publicações da Prefeitura de M2 e princípios de governança pública .....	105
Quadro 19 – Publicações vinculadas ao Administrador Público da Prefeitura de M2 .....	106
Quadro 20 – Respostas da Prefeitura de M6 no <i>post</i> sobre anúncio de obras de revitalização .....	131

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Levantamento bibliométrico para comprovação do ineditismo e originalidade da pesquisa .....	25
Tabela 2 - Autores mais produtivos sobre governança pública .....	34
Tabela 3 - Artigos mais citados sobre governança pública .....	35
Tabela 4 - Revistas científicas mais relevantes em governança pública.....	38
Tabela 5 - Autores mais produtivos em comunicação governamental .....	57
Tabela 6 - Artigos mais citados sobre comunicação governamental.....	57
Tabela 7 - Revistas mais relevantes em comunicação governamental.....	59
Tabela 8 – Nomes fictícios dos municípios selecionados e população .....	87
Tabela 9 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M1 .....	96
Tabela 10 – Conteúdo e reações das publicações da Prefeitura de M1 .....	98
Tabela 11 – Quantidade de comentários nas publicações da Prefeitura de M1 .....	99
Tabela 12 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M2.....	104
Tabela 13 – Conteúdo e reações das publicações da Prefeitura de M2 .....	107
Tabela 14 – Quantidade de comentários nas publicações da Prefeitura de M2 .....	108
Tabela 15 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M3.....	110
Tabela 16 – Conteúdo e reações das publicações da Prefeitura de M3 .....	112
Tabela 17 – Quantidade de comentários nas publicações da Prefeitura de M3 .....	113
Tabela 18 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M4.....	115
Tabela 19 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M5.....	119
Tabela 20 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M6.....	125
Tabela 21 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M7.....	134
Tabela 22 – Número de seguidores e relação com a população nas mídias sociais das Prefeituras .....	140
Tabela 23 – Publicações das Prefeituras nas mídias sociais .....	141
Tabela 24 – Comentários em publicações das Prefeituras nas mídias sociais .....	147

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANAO	<i>Australian National Audit Office</i>
APEC	<i>Asian-Pacific Economic Cooperation</i>
ATG	<i>Association Tunisienne de Gouvernance</i>
CIPFA	<i>Chartered Institute of Public Finance and Accountancy</i>
COE	<i>Council of Europe</i>
CRM	<i>Customer Relationship Management</i>
IFAC	<i>International Federation of Accountants</i>
IIA	<i>Institute of Internal Auditors</i>
ITP	Índice de Transparência da Administração Pública
NGP	Nova Governança Pública
NPM	<i>New Public Management</i>
OECD	<i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i>
OMS	Organização Mundial da Saúde
ONGs	Organizações não Governamentais
PIB	Produto Interno Bruto
PNRS	Política Nacional de Resíduos Sólidos
PPGGP	Programa de Pós-Graduação em Planejamento e Governança Pública
TCE	Tribunal de Contas do Estado
TICs	Tecnologias de Informação e Comunicação
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná
WoS	<i>Web of Science</i>

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>15</b>
<b>1.1</b>	<b>Linha e projeto de pesquisa</b> .....	<b>18</b>
<b>1.2</b>	<b>Conceitos introdutórios</b> .....	<b>19</b>
<b>1.3</b>	<b>Problematização e delimitação da pesquisa</b> .....	<b>20</b>
<b>1.4</b>	<b>Objetivos</b> .....	<b>22</b>
1.4.1	Objetivo geral .....	22
1.4.2	Objetivos específicos .....	22
<b>1.5</b>	<b>Justificativa da pesquisa</b> .....	<b>22</b>
<b>1.6</b>	<b>Ineditismo e originalidade</b> .....	<b>25</b>
<b>1.7</b>	<b>Estrutura do estudo</b> .....	<b>27</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>28</b>
<b>2.1</b>	<b>Técnica de mapeamento sistemático</b> .....	<b>28</b>
<b>2.2</b>	<b>Governança pública</b> .....	<b>31</b>
2.2.1	Mapeamento sistemático sobre governança pública .....	31
<u>2.2.1.1</u>	<u>Principais achados do mapeamento sistemático sobre governança pública</u> <u>41</u>	
2.2.2	Conceito, princípios, dimensões e desafios atuais da governança pública 41	
2.2.3	Governança pública em nível municipal .....	49
<b>2.3</b>	<b>Comunicação governamental</b> .....	<b>52</b>
2.3.1	Mapeamento sistemático sobre comunicação governamental .....	54
<u>2.3.1.1</u>	<u>Principais achados do mapeamento sistemático sobre comunicação</u> <u>governamental</u> .....	<u>61</u>
2.3.2	Conceito e dimensões da comunicação governamental .....	61
2.3.3	Comunicação governamental em nível municipal .....	63
<b>2.4</b>	<b>Mídias sociais, governança pública e comunicação governamental</b> <b>64</b>	
2.4.1	Análise comparativa dos mapeamentos sistemáticos de governança pública e comunicação governamental .....	64
2.4.2	Revisão sistemática da literatura: mídias sociais e governança pública	66
2.4.3	Relação entre governança pública, comunicação governamental e mídias sociais no contexto da cidade .....	75
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA DA PESQUISA</b> .....	<b>84</b>
<b>3.1</b>	<b>Classificação da pesquisa</b> .....	<b>84</b>

<b>3.2</b>	<b>Desenho da pesquisa.....</b>	<b>85</b>
<b>3.3</b>	<b>Técnicas de coleta de dados .....</b>	<b>87</b>
3.3.1	Observação das mídias sociais das Prefeituras .....	87
3.3.2	Entrevistas com os gestores de comunicação das Prefeituras .....	89
<b>3.4</b>	<b>Técnicas de análise de dados .....</b>	<b>90</b>
<b>3.5</b>	<b>Síntese da metodologia .....</b>	<b>93</b>
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS.....</b>	<b>95</b>
4.1	Caso do município M1 .....	95
4.2	Caso do município M2 .....	103
4.3	Caso do município M3 .....	110
4.4	Caso do município M4 .....	114
4.5	Caso do município M5 .....	118
4.6	Caso do município M6 .....	124
4.7	Caso do município M7 .....	132
4.8	Síntese dos resultados e análise comparativa do uso de mídias sociais pelas Prefeituras Municipais.....	139
4.9	Em busca de um modelo de comunicação governamental por intermédio das mídias sociais .....	149
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>152</b>
5.1	Limitações da pesquisa .....	155
5.2	Sugestão de novos estudos .....	155
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>157</b>
	<b>APÊNDICE A – DADOS COMPLEMENTARES DO MAPEAMENTO SISTEMÁTICO DE GOVERNANÇA PÚBLICA.....</b>	<b>178</b>
	<b>APÊNDICE B – DADOS COMPLEMENTARES DO MAPEAMENTO SISTEMÁTICO DE COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL.....</b>	<b>186</b>
	<b>APÊNDICE C – FORMULÁRIO DE OBSERVAÇÃO DE MÍDIA SOCIAL.....</b>	<b>189</b>
	<b>APÊNDICE D – ROTEIRO PARA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA .....</b>	<b>190</b>
	<b>APÊNDICE E – COMPONENTES DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS PUBLICAÇÕES .....</b>	<b>191</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Em 2020, quase 78% da população mundial vivia em cidades e zonas semidensas (UNITED NATIONS, 2022) o que traz diversos desafios aos governos locais que devem prover saúde, produzir riqueza, estimular inovação, sem jamais descuidar da sustentabilidade (MEIJER; BOLÍVAR, 2016). As cidades podem ser vistas como sistemas em constantes mutações que, por suas características como tamanho, escala e forma, se apresentam cada qual de forma única e para as quais a crescente urbanização leva ao enfrentamento de questões relacionadas à gestão urbana (GAGLIARDI et al., 2017). O campo de conhecimento da gestão urbana, inicialmente limitado ao planejamento físico territorial da cidade e na sequência incorporando variáveis de ordem política, econômica e social, passou mais recentemente a incorporar modelos inovadores para a gestão pública da cidade que abarcam novos recursos tecnológicos para propiciar apoio às atividades locais e suportes às ações de agentes públicos e privados (SILVA; PROCOPIUCK, 2019).

O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação gerou na sociedade uma revolução nas formas de relacionamento entre as pessoas, as instituições em geral e entre o cidadão e as diversas esferas de governo. A sociedade atual pode ser considerada a sociedade da informação já que, a partir da tecnologia digital, o acesso à informação tornou-se dinâmico e os sistemas em redes proporcionam diálogos entre cidadãos com velocidade e amplitude na difusão das informações (CARNIELLO, 2015). Os governos municipais devem perceber a necessidade de adequar suas estruturas de comunicação e informação pública ao contexto atual da sociedade digital (CAMPILLO-ALHAMA; MARTÍNEZ-SALA, 2017).

A principal ferramenta dessa revolução consiste na Internet e sua disseminação baseada na expansão do número de telefones celulares, que comporta diversos recursos e aplicativos que se utilizam da Internet para suas funcionalidades (MORI et al., 2020; VASILENKO; ZOTOV; ZAKHAROVA, 2020). Diante disso, as empresas e entes públicos procuram estabelecer estratégias para se relacionar com os usuários e cidadãos por múltiplos canais, de portais institucionais às mídias sociais, como Facebook, Twitter e Instagram (MORI et al., 2020; PARICIO-ESTEBAN et al., 2020). Frequentemente, cada nova onda de tecnologia, seja a introdução de sistemas de compartilhamento de tempo,



computadores pessoais ou mais recentemente as mídias sociais, é vista como uma oportunidade de virada de jogo (MERGEL; BRETSCHEIDER, 2013).

A cada dia que passa a população mundial tem maior acesso à Internet e, por consequência, as mídias sociais são usadas por mais pessoas em todo o mundo, alcançando, em 2019, mais de 3,4 bilhões de pessoas (WE ARE SOCIAL & HOOTSUITE, 2019). As mídias sociais permitem uma interação em larga escala entre indivíduos, organizações e o governo (HAER; BOTZEN; AERTS, 2016). Para Campillo-Alhama e Martínez-Sala (2017), as mídias sociais se tornaram um instrumento de participação direta à medida que promovem bidirecionalidade e multidirecionalidade na relação da administração e cidadãos. Também o planejamento urbano reconheceu a influência das novas tecnologias nas atividades sociais, econômicas e culturais (DALLABONA-FARINIUK; FIRMINO, 2018). Assim, mesmo sem previsão legal, nos últimos anos, a administração pública tem feito maior uso das mídias representando uma nova evolução na comunicação do setor público (MORI et al., 2020).

Neste cenário de mudanças, em que se demanda um novo papel de Estado, aliado a uma nova visão de administração pública, é que se estabelece a governança pública (SILVA; VICENTIN, 2018). A governança pública tem como pré-requisito a participação de cidadãos e demais partes interessadas nas tomadas de decisão (BARBERA; BORGONOVÍ; STECCOLINI, 2016; BRENDER; YZEIRAJ; DUPUY, 2017). Por consequência, a comunicação pública se faz necessária para garantir que as decisões e políticas governamentais envolvam as partes interessadas e estejam de acordo com as necessidades e expectativas de seus cidadãos (AKHMAD, 2020).

Na mesma direção, Kissler e Heidemann (2006) argumentam que a comunicação constitui um dos elementos que dissolvem a hierarquia típica das relações entre Estado e sociedade, pois supõe que o compartilhamento de informações tem potencial de gerar confiança e, assim, os autores acreditam que a comunicação é fator essencial definidor das novas relações entre sociedade e governo, propiciadas pelos novos modelos de governança.

Desta forma, o contexto atual caracteriza-se pela transparência, colaboração e participação ativa dos cidadãos nas políticas locais, devendo a comunicação governamental, em especial no nível local, por meio de estratégias de comunicação e informação, ir além da mera divulgação de informações sobre serviços, atividades,

projetos e procedimentos administrativos públicos para buscar envolver os cidadãos na concepção e desenvolvimento de políticas públicas da cidade (CAMPILLO-ALHAMA; MARTÍNEZ-SALA, 2017).

No início de 2020 a Organização Mundial da Saúde (OMS) emitiu um alerta internacional de mais alto nível por conta do surto do novo coronavírus (OPAS/OMS, 2021), ou seja, o mundo passou a enfrentar uma pandemia causada pela COVID-19 fazendo com que os governos locais tivessem que adaptar rapidamente as operações internas e a prestação de serviços públicos e comunicar essas mudanças na prestação de serviços de forma clara ao público, ao mesmo tempo em que envidaram amplos esforços de comunicação pública para promover o distanciamento social, a lavagem das mãos e outras intervenções não farmacêuticas (ZEEMERING, 2021).

Em tempos de crise, como a provocada pela pandemia da COVID-19, a governança pública é de vital importância dadas as repercussões econômicas, de saúde e social que resultou em uma interdependência territorial na tomada de decisões em todos os níveis do governo (local, regional, nacional e mundial) e dos diferentes atores estatais e não estatais (GIRAO, 2021). Em momentos de crise, quando riscos externos e extraordinários acontecem, os governos têm uma responsabilidade ainda maior na disseminação de informações precisas, confiáveis e oportunas e isso demanda novas abordagens de comunicação (MORI et al., 2020).

A mídia social oferece aos governos uma oportunidade de compartilhar informações em maior velocidade, reduzir a falta de conscientização da população, aumentar a transparência e se envolver com o público (VASILENKO; ZOTOV; ZAKHAROVA, 2020). Estudos recentes sobre o uso de mídias sociais por governos municipais mostram um número crescente de governos que as utilizam para fornecimento de informações ou autorrepresentação, contudo, o uso para interação ou engajamento público é limitado (CRIADO; VILLODRE, 2021; DEPAULA; DINCELLI; HARRISON, 2018; NAKAZATO; SILVA; VICENTIN, 2022; PAN, 2020; STONE; CAN, 2020; ZEEMERING, 2021). Estudos demonstraram que a rede social Facebook é a mais usada como meio de participação nas questões do governo local (HARO-DE-ROSARIO; SÁEZ-MARTÍN; CABA-PÉREZ, 2018; MORI et al., 2020; NAKAZATO; SILVA; VICENTIN, 2022).

A relação entre comunicação e governança pública tendo por base as cidades, onde as pessoas efetivamente moram, se relacionam entre si e com as

estruturas governamentais, deu origem à pesquisa que visa analisar como os governos das cidades utilizam as mídias sociais para a comunicação governamental no contexto da governança pública.

### **1.1 Linha e projeto de pesquisa**

O presente estudo é realizado no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Planejamento e Governança Pública (PPGGP) da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) por proporcionar um aprofundamento teórico em governança pública e comunicação governamental, bem como na área de intersecção entre as temáticas. A partir dessa intersecção, o estudo visa construir um conceito teórico com aplicação prática, tendo em vista os construtos e variáveis a serem explorados pelo modelo a ser desenvolvido.

O PPGGP tem como área de concentração o Planejamento Público e Desenvolvimento. Nesse contexto, tendo por pressuposto a sustentabilidade, busca-se refletir e criar conhecimentos sobre o processo de planejamento e intervenção da ação pública por meio da compreensão tanto das políticas públicas e seus resultados quanto do processo de gestão a partir dos princípios da governança pública (UTFPR, 2019). Isso se dá no âmbito de suas duas linhas de pesquisa: Governança Pública e Desenvolvimento; e Planejamento e Políticas Públicas. Cada linha de pesquisa conta com dois projetos estruturantes de Pesquisa (UTFPR, 2019).

O presente estudo vincula-se à primeira linha de pesquisa, na medida em que busca propor um modelo de comunicação governamental no contexto da governança pública, mais especificamente ao seu projeto estruturante ‘Governança Pública como contribuição para o Planejamento e Desenvolvimento’ que objetiva compreender, estudar e monitorar os instrumentos de governança pública (UTFPR, 2019). Dialoga ainda com a outra linha de pesquisa do Programa, Planejamento e Políticas Públicas, tendo em vista que a comunicação pública permeia – ou deveria permear – todos os processos das políticas públicas.

A temática abordada nesta pesquisa está no cerne do projeto de pesquisa intitulado ‘Comunicação e Governança Pública: As Práticas de Comunicação da Governança Pública por intermédio das Tecnologias de Informação e Comunicação

dos Municípios brasileiros’, registrado na UTFPR desde 2017, cujo objetivo é identificar as práticas de comunicação utilizadas pelos municípios por intermédio das Tecnologias de Informação e Comunicação para divulgação dos princípios de governança adotados pela gestão municipal.

## 1.2 Conceitos introdutórios

A presente tese aborda três conceitos trabalhados no âmbito do projeto de pesquisa ‘Comunicação e Governança Pública: As Práticas de Comunicação da Governança Pública por intermédio das Tecnologias de Informação e Comunicação dos Municípios brasileiros’ os quais, considerando que “um mesmo termo pode ter significados diferentes para diferentes pessoas e contextos” (VERGARA, 1998, p. 14), define-se na sequência:

- a) governança pública: pode ser entendida como um “modelo de gestão pública que visa aumentar a capacidade do Estado de execução de políticas públicas mediante a reformulação das relações entre Estado e os demais atores sociais e reformas na estrutura e na gestão dos governos” (SILVA; VICENTIN, 2018, p. 181);
- b) comunicação governamental: pode ser entendida como uma comunicação orientada para objetivos dentro do governo e entre o governo e seus *stakeholders*, que permite funções do setor público dentro de seus contextos culturais e/ou políticos específicos, com o objetivo de construir e manter o bem público e a confiança entre cidadãos e autoridades (CANEL; AHO-LUOMO, 2019);
- c) mídias sociais: podem ser conceituadas como um conjunto de sites ou aplicativos baseados na Internet que oferecem aos usuários a oportunidade de estabelecer comunicação uns com os outros, bem como produzir conteúdo e construir redes relacionais de interação entre atores do espaço público (VASILENKO; ZOTOV; ZAKHAROVA, 2020).

### 1.3 Problematização e delimitação da pesquisa

Muitas questões relevantes relacionadas à governança pública permanecem sem resposta uma vez que a implementação de uma ideia inovadora em uma situação real difere de sua concepção (BROCCARDO; CULASSO; MAURO, 2019). No âmbito local, Goshovska *et al.* (2021) observam que muitos poderes públicos ainda utilizam de uma forma de governo burocrática não desenvolvendo adequadamente as tecnologias de informação e comunicação ocasionando problemas para a governança pública.

Dentro da governança pública, problemas de comunicação e coordenação geram custos e impactam os diferentes atores e partes interessadas (BRENDER; YZEIRAJ; DUPUY, 2017). A literatura tem se concentrado em como os cidadãos podem estar envolvidos na prestação de serviços e dedicado menos atenção a outras formas de comunicação entre governo e cidadão (BARBERA; BORGONOV; STECCOLINI, 2016).

Em relação às cidades, os governos locais enfrentam todos os processos que impactaram mudanças no setor público, como a globalização, crise financeira, inovações tecnológicas, com um diferencial que é sua proximidade com a população e assim, embora desempenhem um papel fundamental em todos os processos, enfrentam diversos problemas visto que nem sempre estão preparados para os novos desafios e oportunidades, devido à falta de recursos e habilidades (FANELLI; LANZA, 2017).

O governo local se insere em um contexto de complexidade crescente em que temas relevantes ampliaram a agenda urbana, tais como o desenvolvimento econômico local, a poluição, o meio ambiente e geração de emprego (SILVA; PROCOPIUCK, 2019). Contudo, os municípios apresentam evidências de: baixos níveis de transparência e participação no planejamento (TEIXEIRA; RAMOS LAMENHA, 2019); fragilidades nos programas de gestão da integridade pública (BARRETO; VIEIRA, 2021); e não implementação de práticas de governança pública na comunicação por *sites* (CAMILO; MANENTI; YAMAGUCHI, 2018). As mídias sociais representam o maior expoente do paradigma da comunicação na sociedade da informação para as administrações locais (CAMPILLO-ALHAMA; MARTÍNEZ-SALA, 2017).

A presente pesquisa delimita-se à comunicação governamental no âmbito da cidade, mais especificamente do governo executivo local, no Brasil chamado de Prefeitura Municipal, justamente pelo governo da cidade ser a estrutura mais próxima das pessoas e que têm a responsabilidade de fornecer as informações básicas exigidas pelos seus cidadãos, difundir o conhecimento e a sensibilização e promover a participação (MORI et al., 2020). Dessa forma, na presente tese, sempre que se referir ao governo local ou governo da cidade, está se falando da Poder Executivo Municipal, ou seja, da Prefeitura Municipal.

A cidade se apresenta como o ambiente natural da ideia de boa governança, do exercício coletivo da política, do espaço social de funcionamento do quadro político-administrativo (HERRERO-GUTIÉRREZ; SIMELIO; PUERTAS, 2021). Nesse sentido, é essencial que os governos locais se conectem com os cidadãos e suas necessidades buscando maneiras sustentáveis de melhoria da qualidade de vida das comunidades (TAYLOR; DRAAI; JAKOET-SALIE, 2020).

Dentre as diversas formas em que o poder público e o cidadão se comunicam, seja de forma presencial ou de forma eletrônica, o presente estudo optou por tratar da comunicação governamental pela Internet, em especial por intermédio das mídias sociais. A delimitação da pesquisa se dá ainda na comunicação governamental no contexto da governança pública, ou seja, na contribuição que a comunicação governamental pode ofertar à melhoria da governança pública. Analisar como a administração pública utiliza as mídias sociais para interação e envolvimento com os cidadãos não se constitui em uma tarefa fácil visto a ausência de métricas adequadas do impacto do governo nas mídias sociais (MORI et al., 2020). Desta forma, a delimitação da escolha do poder executivo municipal, da comunicação governamental e da governança pública está de acordo com as pesquisas vinculadas ao projeto 'Comunicação e Governança Pública: As Práticas de Comunicação da Governança Pública por intermédio das Tecnologias de Informação e Comunicação dos Municípios brasileiros'.

Neste sentido, diante da problematização apresentada e considerando a delimitação escolhida, emerge a seguinte questão problema: como as Prefeituras Municipais utilizam as mídias sociais para a comunicação governamental no contexto da governança pública?

## **1.4 Objetivos**

A determinação de um objetivo é crucial em uma pesquisa e possibilita saber o que se vai procurar e o que se pretende alcançar (MARCONI; LAKATOS, 2017). Nesta seção são apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos do trabalho que buscam responder à questão problema da pesquisa.

### **1.4.1 Objetivo geral**

Analisar como as Prefeituras Municipais utilizam as mídias sociais para a comunicação governamental no contexto da governança pública.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

Para o atendimento do objetivo geral desta pesquisa foram elaborados os seguintes objetivos específicos:

- a) observar o uso de mídias sociais pelas Prefeituras Municipais;
- b) analisar o conteúdo da comunicação e a relação com a governança pública nas mídias sociais das Prefeituras Municipais;
- c) identificar a percepção dos gestores municipais do papel da comunicação governamental e a relação com governança pública;
- d) identificar a interação dos usuários das mídias sociais com os conteúdos das Prefeituras Municipais;
- e) propor um modelo de comunicação governamental em cidades, por intermédio de mídias sociais, no contexto da governança pública;

## **1.5 Justificativa da pesquisa**

O estudo da governança pública se justifica pela promoção da eficiência da máquina pública, redução do desperdício de recursos públicos, contribuição para o desenvolvimento econômico e elevação da qualidade de vida e do bem-estar da sociedade (SANTOS; ROVER, 2019). Embora o interesse pelas ideias oriundas da governança pública possa ser observado em diversos países, a aplicação prática em

governos locais das cidades pode ser particularmente interessante (RADZIK-MARUSZAK, 2016). No contexto local, em que a governança se baseia em transparência e envolvimento das partes interessadas, pode existir um fomento à comunicação entre a administração e os cidadãos (BARBERA; BORGONOV; STECCOLINI, 2016).

Em se tratando do uso de mídias sociais pelas cidades, embora variem de escopo e finalidade, o estudo do uso pelo governo municipal pode ser útil para compreender as relações entre governos e cidadãos atualmente (VASILENKO; ZOTOV; ZAKHAROVA, 2020; ZEEMERING, 2021). A mídia social permite aos governos uma oportunidade de compartilhar informações e melhorar o relacionamento com o público ao mesmo tempo que estimula a participação, pode ajudar a criar consciência social e o engajamento dos cidadãos, sendo que as características interativas da comunicação na mídia social oferecem uma perspectiva sobre a coordenação governamental (CAMPILLO-ALHAMA; MARTÍNEZ-SALA, 2017; HAER; BOTZEN; AERTS, 2016; MORI et al., 2020; PARICIO-ESTEBAN et al., 2020; VASILENKO; ZOTOV; ZAKHAROVA, 2020; ZEEMERING, 2021). Mesmo em contextos não democráticos, como das cidades chinesas, as mídias sociais podem influenciar o fluxo de informações públicas (PAN, 2020).

Justifica-se ainda a presente pesquisa como um encerramento de estudos anteriores do projeto de pesquisa ‘Comunicação e Governança Pública: As Práticas de Comunicação da Governança Pública por intermédio das Tecnologias de Informação e Comunicação dos Municípios brasileiros’. Ao todo, três dissertações foram defendidas sobre esta temática. Silva (2016) pesquisou as cem prefeituras das cidades com maiores PIBs do Brasil e verificou que os portais do poder público local são utilizados como ferramenta de prática de informação, enquanto as mídias sociais pesquisadas – Facebook, Youtube e Twitter – são utilizadas, além de ferramentas de práticas de informação, também como prática de consulta e participação ativa.

Em Nakazato (2019), por meio de estudo conduzido nas capitais mais populosas do mundo, foi verificado que nos portais analisados houve a intenção de divulgar e dialogar com os cidadãos sobre os princípios de governança pública, principalmente na América, Europa e Oceania. Em relação às mídias sociais, as plataformas foram, majoritariamente, fontes de divulgação das ações das prefeituras em detrimento da comunicação em si. Por sua vez, Borges (2020) pesquisou os



municípios paranaenses com melhores e piores Índices de Governança Municipal – IGM e buscou estabelecer relação entre o diálogo por meio dos canais eletrônicos como o Facebook e e-mail e a governança pública. Os resultados indicaram que uma melhor condição de governança repercute positivamente na condição de diálogo.

Além das dissertações citadas, o projeto resultou em publicações descritas no Quadro 1.

**Quadro 1 - Publicações oriundas do projeto de pesquisa Comunicação e Governança Pública**

<b>Ano</b>	<b>Título</b>	<b>Autores</b>	<b>Tipo e Local de Publicação</b>
2016	Comunicação Municipal e Governança Pública.	Silva e Vicentin	Capítulo de livro – Políticas Públicas e Governança na Atualidade
2017	Panorama do Governo Eletrônico dos Estados Brasileiros: Utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação em Prol da Melhoria do E-Gov.	Nakazato e Vicentin	Apresentação de trabalho – Congresso
2017	Índice CFA de Governança Municipal (IGM-CFA): Metodologia e Resultados para os Cinco Maiores Municípios do Estado do Paraná.	Borges e Vicentin	Apresentação de Trabalho – Congresso.
2018	Práticas de comunicação da governança pública em municípios brasileiros por intermédio de portais governamentais.	Silva e Vicentin	Artigo – Revista Tecnologia e Sociedade
2021	Governança pública e mídias sociais: uma revisão sistemática da literatura.	Silva	Capítulo de livro – Produção de conhecimento: visões e perspectivas
2021	Comunicação governamental e governança pública: uma revisão sistemática da literatura.	Silva	Capítulo de livro – Produção de conhecimento em perspectiva
2021	Comunicação dos princípios de governança pública nos portais governamentais das grandes capitais mundiais: uma visão continental.	Nakazato, Silva e Vicentin	Artigo – Revista Capital Científico
2021	Um levantamento bibliométrico do uso de imagens na prática da comunicação da governança pública em portais governamentais municipais	Martins e Vicentin	Artigo – Revista Brasileira de Administração Científica
2022	Comunicação dos princípios de governança pública por meio das mídias sociais nas grandes capitais mundiais.	Nakazato, Silva e Vicentin	Artigo – NAVUS Revista de Gestão e Tecnologia

**Fonte: Autoria própria (2023)**

Frente ao conjunto de pesquisas acumulados sobre a temática, justifica-se este estudo como uma contribuição do projeto de pesquisa para a sociedade.

Do ponto de vista profissional, a pesquisa se justifica para contribuir com a gestão urbana na medida que a comunicação é um tema transversal em que os gestores de diversas áreas poderão adaptar a análise aqui realizada à situação em que se encontram. A análise da influência das mídias sociais se presta à auxiliar os gestores na melhoria da governança pública municipal por meio da comunicação governamental. Embora a noção de governança pública formulada por Osborne (2006) tenha avançado em termos acadêmicos, com pesquisas empíricas em democracias liberais avançadas, ainda não tem grande aceitação entre profissionais da área pública (TORFING; SØRENSEN; RØISELAND, 2019).

## 1.6 Ineditismo e originalidade

Para verificar o ineditismo desta tese foi realizado um levantamento bibliométrico, em janeiro e fevereiro de 2023, a partir da combinação das palavras-chave que permeiam esta pesquisa: governança pública, comunicação governamental e mídias sociais. Foram pesquisadas cinco bases de dados: *Scopus* e *Web of Science* (WoS) – alcance mundial e acesso mediante pagamento; *Dimensions* – alcance mundial e acesso gratuito; *Redalyc* – alcance na América Latina, Caribe, Espanha e Portugal e acesso gratuito; e SciELO Brasil – alcance nacional e acesso gratuito.

A Tabela 1 resume os resultados obtidos no levantamento bibliométrico, considerando a busca por tópico (título, palavras-chave e resumo) e apenas artigos publicados nos últimos cinco anos completos (2018 a 2022).

**Tabela 1 - Levantamento bibliométrico para comprovação do ineditismo e originalidade da pesquisa**

(continua)		
Tema(s)	String de busca	Resultados
Governança pública	"public governance" OR "governance in the public sector" OR "governance in public sector" OR "governança pública" OR "governança aplicada ao setor público" OR "governança no setor público"	Scopus: 571 WoS: 589 Dimensions: 1.184 Redalyc: 345 SciELO: 25
Comunicação Governamental	"government communication" OR "public sector communication" OR "communication management in the public sector" OR "comunicação do setor público" OR "comunicação do governo" OR "comunicação governamental" OR "gestão da comunicação no setor público"	Scopus: 220 WoS: 156 Dimensions: 361 Redalyc: 84 SciELO: 14

**Tabela 1 - Levantamento bibliométrico para comprovação do ineditismo e originalidade da pesquisa**

		(conclusão)
<b>Tema(s)</b>	<b>String de busca</b>	<b>Resultados</b>
Mídias sociais	"social media" OR "social network" OR "social medias" OR "social networks" OR "rede social" OR "redes sociais"	Scopus: 94.545 WoS: 85.817 Dimensions: 131.067 Redalyc: 17.071 SciELO: 2.423
Governança pública e comunicação governamental	("public governance" OR "governance in the public sector" OR "governance in public sector" OR "governança pública" OR "governança aplicada ao setor público" OR "governança no setor público") AND ("government communication" OR "public sector communication" OR "communication management in the public sector" OR "comunicação do setor público" OR "comunicação do governo" OR "comunicação governamental" OR "gestão da comunicação no setor público")	Scopus: 0 WoS: 1 Dimensions: 1 Redalyc: 8 SciELO: 0
Governança pública e mídias sociais	("public governance" OR "governance in the public sector" OR "governance in public sector" OR "governança pública" OR "governança aplicada ao setor público" OR "governança no setor público") AND ("social media" OR "social network" OR "social medias" OR "social networks" OR "rede social" OR "redes sociais")	Scopus: 12 WoS: 13 Dimensions: 20 Redalyc: 83 SciELO: 2
Comunicação governamental e mídias sociais	("government communication" OR "public sector communication" OR "communication management in the public sector" OR "comunicação do setor público" OR "comunicação do governo" OR "comunicação governamental" OR "gestão da comunicação no setor público") AND ("social media" OR "social network" OR "social medias" OR "social networks" OR "rede social" OR "redes sociais")	Scopus: 56 WoS: 47 Dimensions: 73 Redalyc: 36 SciELO: 5
Governança pública e comunicação governamental e mídias sociais	("public governance" OR "governance in the public sector" OR "governance in public sector" OR "governança pública" OR "governança aplicada ao setor público" OR "governança no setor público") AND ("government communication" OR "public sector communication" OR "communication management in the public sector" OR "comunicação do setor público" OR "comunicação do governo" OR "comunicação governamental" OR "gestão da comunicação no setor público") AND ("social media" OR "social network" OR "social medias" OR "social networks" OR "rede social" OR "redes sociais")	Scopus: 0 WoS: 1 Dimensions: 0 Redalyc: 2 SciELO: 0

**Fonte: Autoria própria (2023)**

As três primeiras linhas da Tabela 1 mostram a produção de cada área de forma isolada, enquanto as três linhas seguintes mostram a intersecção de duas das

três áreas temas desta tese. A última linha da Tabela 1 mostra a intersecção das três áreas de pesquisa e retornou três artigos identificados no Quadro 2.

**Quadro 2 – Artigos que tratam simultaneamente de governança pública, comunicação governamental e mídias sociais identificados nas bases de dados**

Título	Autores	Ano	Revista
Reflexões sobre a comunicação em políticas públicas: proposta de um modelo de avaliação da comunicação governamental	Cezar	2018	Revista de Administração Pública
<i>Explaining the freedom of information in local government: What influences information disclosure?</i>	Tejedo-Romero e Araujo	2020	<i>Contaduría y Administración</i>
Comunicação dos princípios de governança pública por meio das mídias sociais nas grandes capitais mundiais.	Nakazato, Silva e Vicentin	2022	NAVUS Revista de Gestão e Tecnologia

**Fonte: A autoria própria (2023)**

Assim, conforme se pode constatar na Tabela 1 e Quadro 2, o levantamento bibliométrico permitiu verificar a atualidade da temática, a existência de um número considerável de publicações sobre cada tópico, porém, um número muito pequeno da intersecção entre os assuntos discutidos na presente tese.

A originalidade do estudo está baseada na análise da relação entre governança pública e a comunicação governamental em cidades notadamente buscando compreender o papel das mídias sociais neste contexto.

## 1.7 Estrutura do estudo

Este estudo está estruturado em cinco capítulos, sendo esta introdução o primeiro deles. No segundo capítulo é apresentada a fundamentação teórica dos dois temas que dão base a este estudo: governança pública e comunicação governamental, além da relação entre ambos os temas e mídias sociais.

No terceiro capítulo, a metodologia da pesquisa é descrita, desde a classificação da pesquisa, o desenho da pesquisa, as técnicas de coleta e de análise de dados. No quarto capítulo são apresentados os resultados e as discussões oriundas dos estudos de casos realizados. No quinto e último capítulo é apresentada a conclusão do estudo, bem como sugestão de novas pesquisas e as limitações do estudo.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica cumpre diversos propósitos como compartilhar com o leitor os resultados de outros estudos que foram realizados sobre a temática; relacionar o tema a um diálogo maior na literatura; e proporcionar uma estrutura para estabelecer a importância do estudo e uma referência de comparação com outros estudos (CRESWELL, 2010).

Nesta tese, a fundamentação teórica aborda três temas: (i) governança pública; (ii) comunicação governamental; e (iii) mídias sociais, governança pública e comunicação governamental. Inicia-se detalhando a técnica de mapeamento sistemático da produção científica – *science mapping* – que foi aplicada para os dois primeiros temas..

### 2.1 Técnica de mapeamento sistemático

O mapeamento sistemático da produção científica pode apresentar um grande potencial para os pesquisadores e profissionais interessados na temática ao prover uma visão abrangente de diferentes tópicos da área de estudo a partir das publicações científicas (KITCHENHAM; BUDGEN; BRERETON, 2010). A publicação em periódicos científicos indexados em bases de dados internacionais representa o corpo de conhecimento produzido pelos pesquisadores de determinada área (MENEZES; CAREGNATO, 2018; SOUSA; FONTENELE, 2019). O mapeamento permite estabelecer conexões entre os artigos publicados e dessa forma auxilia o campo de estudos a compreender novos temas e tendências e estabelecer novas rotas de pesquisa (CARVALHO et al., 2019; ZUPIC; ČATER, 2015).

O mapeamento sistemático é um estudo secundário que visa identificar os estudos de uma determinada área a fim de identificar as contribuições e lacunas da temática e aumentar a compreensão da produção de conhecimento em um campo específico (DIAS et al., 2020; KLOCK, 2018; MORO DOS SANTOS; ALVES, 2020). Para Kitchenham, Budgen e Brereton (2010) o mapeamento sistemático apresenta, dentre outras, as seguintes características: (i) questão de pesquisa generalista, que busca as tendências de pesquisa, quais pesquisadores, qual a atividade e quais

tipos de estudos; (ii) processo de pesquisa por área; e (iii) resultados apresentam um conjunto de artigos da área em diversas categorias.

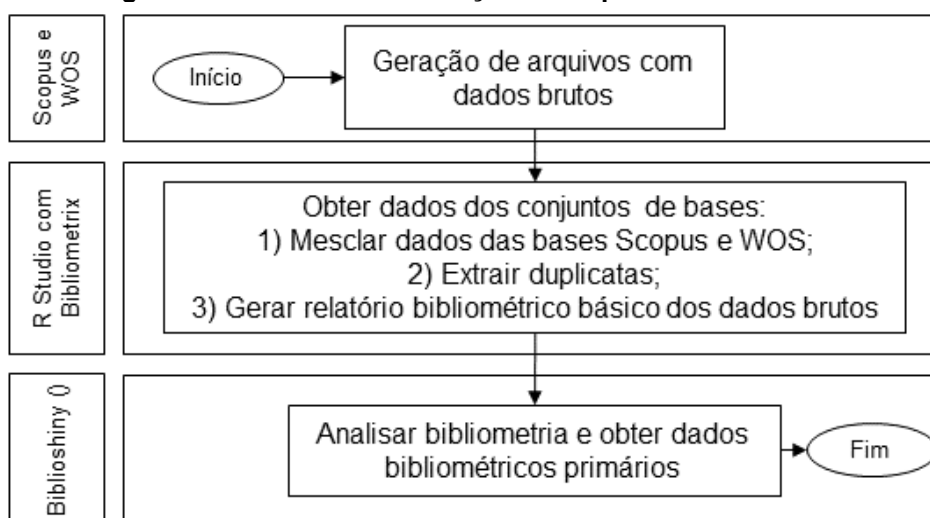
Enquanto pesquisa independente, o mapeamento sistemático pode ser classificado como pesquisa bibliográfica, pois se baseia em artigos anteriormente publicados e descritiva tendo em vista que busca as características do conjunto de artigos recentes da área de estudo (KITCHENHAM; BUDGEN; BRERETON, 2010). A abordagem no tratamento dos dados é quali-quantitativa (SEVERINO, 2017).

Em um mapeamento sistemático as etapas da pesquisa são: planejamento, execução e análise dos resultados (DIAS et al., 2020; KLOCK, 2018). No planejamento são definidos os seguintes critérios: (i) *string* de busca; (ii) tipo de documento; (iii) ano de publicação e (iv) bases a serem consultadas.

Nos dois mapeamentos sistemáticos que compõem a presente tese, itens 2.2.1 e 2.3.1, as *strings* de busca utilizadas foram os termos da área de estudo, em língua inglesa e portuguesa, com os sinônimos ou termos equivalentes unidos pelo conector OR. O único tipo de documento aceito para compor o mapeamento sistemático foi artigo revisado por pares (DIAS et al., 2020; KITCHENHAM; BUDGEN; BRERETON, 2010). Quanto ao ano de publicação, para identificar a produção científica recente foram escolhidos os últimos cinco anos – de 2018 a 2022. Em relação às bases utilizadas, dada a cobertura na área de Ciências Sociais Aplicadas, bem como permitir a exportação de dados bibliométricos completos em arquivos para tratamento em software, foram escolhidas as bases *Scopus* e *Web of Science* (CARVALHO et al., 2019; DE ABREU; TURINI; SANTOS, 2021; LOPES; FARIAS, 2020; QUEVEDO-SILVA et al., 2016; SOUSA; FONTENELE, 2019).

A execução seguiu o protocolo proposto por Baldam (2021) utilizando-se os softwares de apoio R Studio e Bibliometrix com a interface Biblioshiny (ARIA; CUCCURULLO, 2017) conforme Figura 1.

**Figura 1 - Protocolo de execução de mapeamento sistemático**



**Fonte: Adaptado de Baldam (2021)**

A análise se deu pelas seguintes variáveis: ano de publicação do artigo, país de origem, número de citações por país e por artigo, número de colaborações entre autores de países diferentes, número de artigos por país, por autor e por revista, índice de impacto do autor dentre os artigos que compõem a amostra, coocorrência de palavras-chave e redes de cocitação.

A colaboração entre autores é também chamada de coautoria. Conforme Hilário, Grácio e Guimarães (2018), a colaboração entre autores abre a possibilidade de pesquisas com diferentes abordagens, maior rigidez e densidade.

A variável 'impacto' é uma noção relevante em bibliometria e relaciona o número de citações recebidas pelo autor com o número de trabalhos publicados (SOUSA; FONTENELE, 2019). Na presente tese foi utilizada como variável de impacto o índice *h-index* em que seu valor absoluto indica o número de trabalhos publicados em relação ao número de citações recebidas: *h-index* igual a 1 significa que o autor tem 1 trabalho publicado com ao menos 1 citação, *h-index* igual a 2 significa que o autor tem 2 trabalhos publicados com ao menos 2 citações e assim por diante.

Em relação às palavras-chave, foi utilizada a rede de coocorrência de palavras-chave para análise, ou seja, quando duas palavras-chave aparecem em um mesmo documento, pode-se construir uma rede de relacionamentos entre estas palavras-chave que permite identificar a estrutura de ideias, as interações, redes de conceitos e tendências de pesquisa (SOUSA; FONTENELE, 2019).

Já em relação às referências utilizadas, a análise de cocitação indica a periodicidade de duas referências citadas em conjunto, ou seja, se refere a uma medida de bibliometria que verifica a similaridade (ZUPIC; ČATER, 2015). O mapeamento da rede de cocitação é uma forma de articular os documentos e indicam as referências que mais aparecem no conjunto de artigos, os autores seminais e as correntes intelectuais permitindo *insights* sobre os padrões do campo de estudo (CARVALHO et al., 2019; SOUSA; FONTENELE, 2019).

Nos próximos subcapítulos, é apresentada a fundamentação teórica dos dois temas que compõe a pesquisa: governança pública e comunicação governamental. Por fim, relacionam-se as duas temáticas com a discussão da influência das mídias sociais no contexto municipal.

## **2.2 Governança pública**

Para situar a discussão teórica sobre governança pública, inicia-se realizando um mapeamento sistemático da produção científica recente sobre o tema, conforme a técnica explicada anteriormente, no item 2.1.

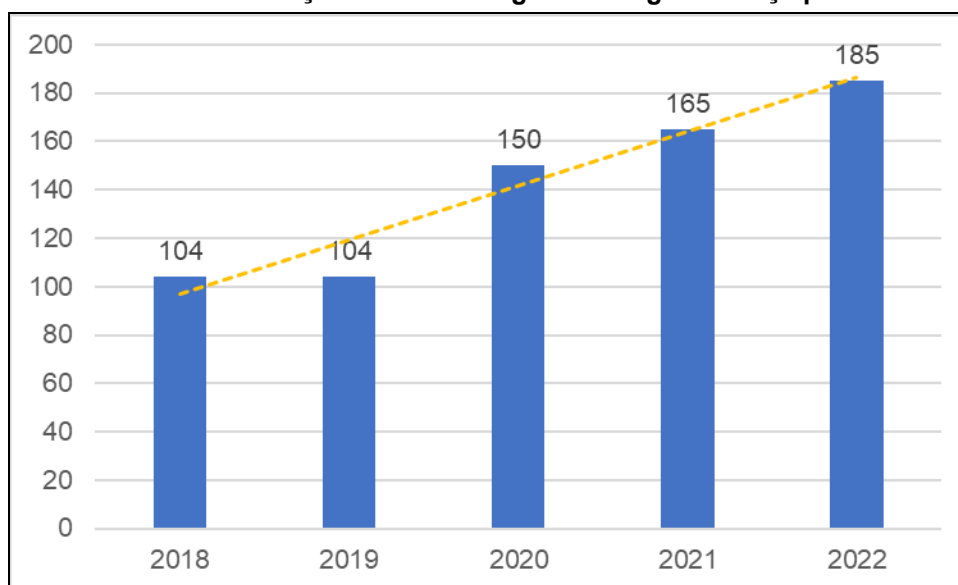
### **2.2.1 Mapeamento sistemático sobre governança pública**

O mapeamento sistemático da produção científica recente em governança pública teve por base os resultados obtidos na Tabela 1, sendo utilizados os resultados oriundos das bases *Scopus* e *WoS* – bases que permitem a exportação de dados bibliométricos completos para análise.

Conforme a Tabela 1, a base *Scopus* retornou 571 documentos enquanto a base *WoS* retornou 589 documentos. Após eliminação dos artigos duplicados (452 documentos) restou um total de 708 documentos que compuseram a amostra analisada.

A produção anual de artigos com a temática de governança pública, dentro do período pesquisado, encontra-se disposta no Gráfico 1.

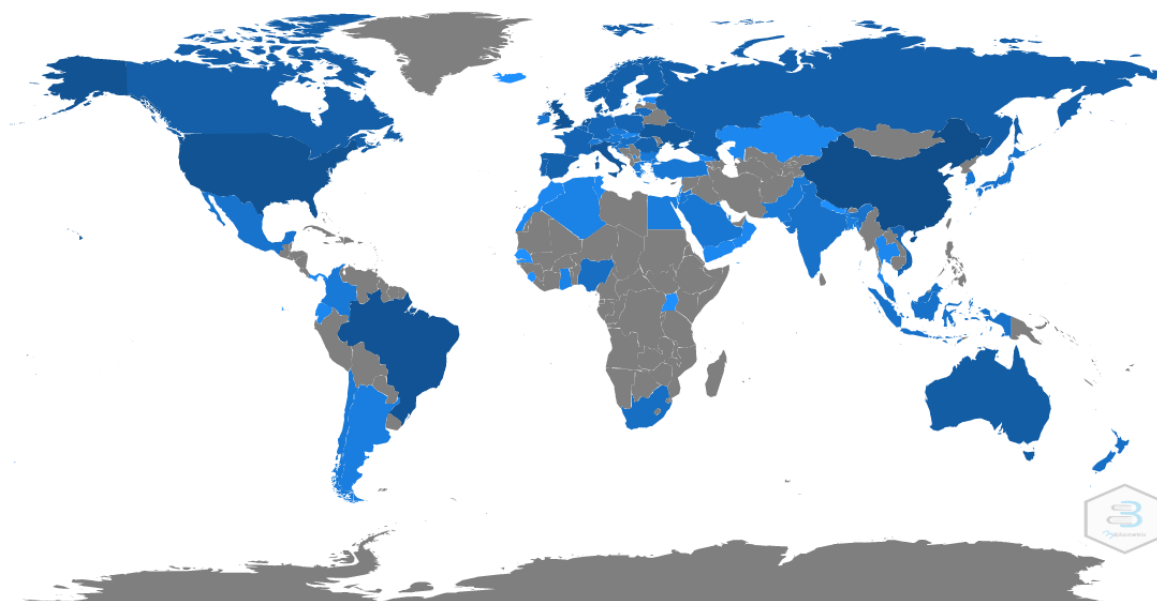


**Gráfico 1 - Produção anual de artigos sobre governança pública**

Fonte: Autoria própria (2023)

O Gráfico 1 permite inferir que a área de governança pública apresenta número consistente de artigos no período, com mais de uma centena de artigos em todos os anos pesquisados. A linha de tendência (linha pontilhada na cor laranja) indica que a temática está em crescimento.

Sob o prisma da produção de artigos científicos por país, o Mapa 1 identifica quais países publicaram trabalhos no período pesquisado.

**Mapa 1 - Produção científica sobre governança pública por país**

Fonte: Autoria própria (2023) com o software Bibliometrix

Um total de 67 países que produziram artigos em governança pública aparece em azul e, quanto mais escuro o azul, maior o número de artigos

produzidos – a lista completa de países encontra-se no Apêndice A. Ao visualizar o Mapa 1, apreende-se que todos os continentes pesquisam sobre governança pública, o que permite concluir que se trata de temática de interesse mundial.

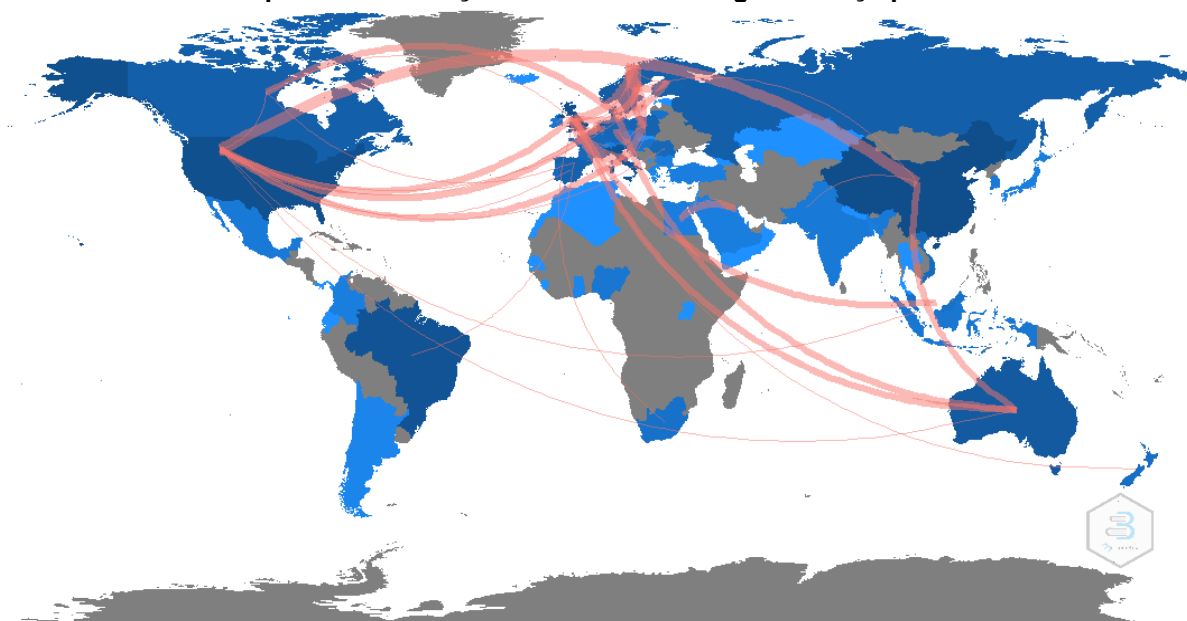
Contudo, os dez países com maior número de publicações – China (68), Reino Unido (45), Brasil e Estados Unidos (44), Itália (36), Países Baixos (27), Dinamarca e Ucrânia (26), Austrália (21) e Rússia (19) – correspondem a 50,28% da produção mundial sobre a temática, assim, percebe-se que existe elevada concentração da produção em alguns países.

Já em relação ao número de citações, 60 países receberam ao menos uma citação em seus documentos mapeados considerando um total de 3.613 citações – a lista completa de países com o respectivo número de citações encontra-se no Apêndice A. Identifica-se alta concentração de publicações em alguns países: se tomado os seis países com maior número de citações – Estados Unidos (398), China (373), Países Baixos (301), Itália (300), Reino Unido (290) e Dinamarca (242) – apura-se que estes países acumulam 52,70% das citações. Se for considerado os dez países com mais citações – acrescentando à lista anterior a Espanha (180), Singapura (151), Austrália (145) e Ucrânia (95) – chega-se à 68,50% do total de citações nesses países.

O Brasil se configura como o 3º maior produtor de artigos científicos em governança pública (44), porém, aparece apenas em 21º em relação às citações (40), o que denota que, embora numerosa a produção científica nacional, não resulta em um alto impacto na comunidade científica. Um possível fator para a não presença de Brasil entre as primeiras posições pode ser a questão do idioma português que se configura como um fator limitador, já que o inglês é a língua predominante na ciência internacional.

O último resultado sob a ótica de países, diz respeito à colaboração entre autores de países diferentes: na amostra selecionada ocorreram 293 colaborações envolvendo um total de 75 países – a lista completa de colaborações entre países encontra-se no Apêndice A. No Mapa 2, são destacados os fluxos de colaboração entre países com pelo menos duas ocorrências, sendo a espessura do fluxo maior quando existem maior episódios de colaboração entre os países.

**Mapa 2 - Colaboração de autores sobre governança pública**



**Fonte: Autoria própria (2023) com o software Bibliometrix**

As maiores frequências de colaborações ocorrem entre países europeus: Dinamarca e Noruega; Holanda e Bélgica; e Reino Unido e Itália – 6 colaborações entre os países citados. O Reino Unido e os Estados Unidos são os países que mais estabelecem colaboração com outros países. O Brasil aparece com apenas um fluxo no Mapa 2, realizado com a França, contudo, estabeleceu ainda colaboração com a Argentina, Espanha, Itália, Nova Zelândia e Suécia (não consta no Mapa 2 por ser somente uma coautoria com cada país citado). A não colaboração entre países diferentes tende a deixar de se explorar diferentes realidades e pode prejudicar o impacto dos artigos publicados pelo Brasil.

Em relação aos autores de artigos sobre governança pública dentro do mapeamento realizado, tem-se que o conjunto de artigos pesquisado teve 1.631 autores, sendo 180 em documentos de autoria única e 1.451 autores de documentos de autoria múltipla. A Tabela 2 indica os autores mais produtivos, ou seja, quais autores mais produziram artigos no período pesquisado, tendo como critério de corte ter publicado pelo menos 5 artigos no período, de forma individual ou em coautoria. Ainda na Tabela 2 é indicado o índice *h-index* e o número de citações dos mesmos.

**Tabela 2 - Autores mais produtivos sobre governança pública**

(continua)

Posição	Autor	País	Artigos	<i>h-index</i>	Citações
1	Torfig, Jacob		8	5	186
2	Kovač,, Polonca		7	4	25

**Tabela 2 - Autores mais produtivos sobre governança pública**  
(conclusão)

Posição	Autor	País	Artigos	<i>h-index</i>	Citações
3	Ravšelj, Dejan		7	3	9
4	Sørensen, Eva		6	4	164
5	Aristovnik, Aleksander		6	3	18
6	Grossi, Giuseppe		5	3	34
7	Umek, Lan		5	3	9

Fonte: Autoria própria (2023)

A partir da Tabela 2 pode-se verificar que a área de governança pública apresenta baixa concentração do número de artigos relativamente à autoria, ou seja, nenhum autor se apresenta com número elevado de artigos de modo a concentrar a produção da área. O autor Jacob Torfing da Dinamarca é o mais produtivo e o de maior impacto, considerando tanto o *h-index* quanto o número de citações. Destaca-se ainda a produção oriunda da Eslovênia, mais precisamente da Universidade de Liubliana, de onde se originam os autores Polonca Kovač, Dejan Ravšelj, Aleksander Aristovnik e Lan Umek. O Brasil não conta com nenhum autor na lista dos mais produtivos na temática de governança pública, embora, conforme afirmado anteriormente, seja o terceiro país do mundo em produção de artigos.

Sob o prisma dos artigos mais citados, a Tabela 3 enumera os artigos mais citados no mapeamento realizado, considerando como linha de corte ter pelo menos 50 citações.

**Tabela 3 - Artigos mais citados sobre governança pública**

					(continua)
Posição	Título	Autores	Ano	Citações	
1	<i>Transforming the public sector into an arena for co-creation: barriers, drivers, benefits, and ways forward</i>	Torfing, J., Sørensen, E., & Røiseland, A.	2019	127	
2	<i>Public governance, corporate governance, and firm innovation: an examination of state-owned enterprises</i>	Jia, N.; Huang, K. e Zhang, C.	2019	126	
3	<i>Preparedness of countries to face COVID-19 pandemic crisis: Strategic positioning and factors supporting effective strategies of prevention of pandemic threats.</i>	Coccia M.	2022	85	
4	<i>Improvement of the methodological approach to assessing the impact of public governance on ensuring the economic security of the State</i>	Akimova, L. et al.	2020	69	

**Tabela 3 - Artigos mais citados sobre governança pública**

Posição	Título	Autores	(conclusão)	
			Ano	Citações
5	<i>(Re)defining public-private partnerships (PPPs) in the new public governance (NPG) paradigm: an institutional maturity perspective</i>	Casady, C. B. et al.	2020	64
6	<i>Public Governance and Corporate Fraud: Evidence from the Recent Anti-corruption Campaign in China</i>	Zhang, J.	2018	63
7	<i>AI governance in the public sector: Three tales from the frontiers of automated decision-making in democratic settings</i>	Kuziemski, M. e Misuraca, G.	2020	61
8	<i>Implications of the use of artificial intelligence in public governance: A systematic literature review and a research agenda</i>	Zuiderwijk, A.; Chen, YC. e Salem, F	2021	61
9	<i>Understanding co-production as a new public governance tool</i>	Sorrentino, M., Sicilia, M., e Howlett, M.	2018	51

Fonte: Autoria própria (2023)

A partir do conjunto de artigos mais citados, Tabela 3, fica demonstrado que a área de governança pública possui diferentes abordagens como a relativa à área econômica (AKIMOVA et al., 2020); à relação entre a esfera pública e privada (CASADY et al., 2020; JIA; HUANG; MAN ZHANG, 2019; ZHANG, 2018); ao uso de inteligência artificial no setor público (KUZIEMSKI; MISURACA, 2020; ZUIDERWIJK; CHEN; SALEM, 2021); às formas de implementação de governança pública – cocriação (TORFING; SØRENSEN; RØISELAND, 2019) e coprodução (SORRENTINO; SICILIA; HOWLETT, 2018); e, ainda, à relação entre governança pública e o enfrentamento da pandemia da COVID-19 (COCCIA, 2022).

No artigo mais citado, Torfing, Sørensen e Røiseland (TORFING; SØRENSEN; RØISELAND, 2019) iniciam elencando falhas que a *New Public Management* (NPM) não foi capaz de resolver na Administração Pública e questionam qual teoria suportaria uma nova abordagem do setor público. Argumentam no sentido de que a teoria denominada Nova Governança Pública (NGP), elaborada por Stephen Osborne (2006, 2010) é uma alternativa promissora e bem descrita que, embora tenha sido testada empiricamente em democracias liberais avançadas, não apresenta adesão de profissionais do setor público. No entanto, os autores identificam que a noção de cocriação captura aspectos fundamentais da NGP e floresce em muitos países, em especial no nível local. O

artigo tem como objetivo explorar até que ponto a cocriação oferece um caminho viável para o setor público nos próximos anos.











O conceito de cocriação defendido é de um processo através do qual dois ou mais atores públicos e privados tentam resolver um problema, desafio ou tarefa compartilhada através de uma troca construtiva de diferentes tipos de conhecimentos, recursos, competências e ideias que melhoram a produção de valor público em termos de visões, planos, políticas, estratégias, marcos regulatórios ou serviços, seja através de uma melhoria contínua de saídas ou resultados ou através de mudanças inovadoras que transformem a compreensão do problema ou tarefa em questão e levem a novas formas de resolvê-lo (TORFING; SØRENSEN; RØISELAND, 2019).

O segundo artigo mais citado investiga a relação entre inovação e o risco de agência, que é impactado pela governança corporativa e pela governança pública. Jia, Huang e Man Zhang (2019) focaram a pesquisa no risco moral de os agentes buscarem a inovação que é mais facilmente capturada por métricas objetivas (como contagem de patentes) ao invés de buscarem inovação que possa trazer maiores vantagens competitivas bem como capacidade de sobrevivência no longo prazo da organização e como as ferramentas de governança corporativa e pública reduzem esse risco. A verificação da teoria se deu em empresas estatais chinesas. A governança pública é tratada no artigo como uma característica do sistema político, dentro da ótica weberiana da administração pública racional e legal (em oposição a um sistema patrimonialista). Nesse sentido, uma governança pública de alta qualidade implicaria em diretores de empresas estatais (agentes) que cumpririam mais diligentemente o papel do Estado (principal) reduzindo o risco de agência.

O terceiro artigo mais citado é também o mais recente da lista e trata da questão da pandemia do COVID-19. Coccia (2022) avaliou a preparação de países europeus para enfrentar a crise gerada pela doença por meio de dois índices: resiliência (composto pelos indicadores 'mortalidade média', 'ocupação hospitalar' e 'ocupação de UTI') e preparação/prevenção (composto pelos indicadores 'doses de vacinas administradas' e 'total de vacinados por 100 mil pessoas'). Os resultados sugerem que os países com melhor desempenho para lidar com a crise da pandemia de COVID-19 têm um tamanho menor da população e melhor governança pública, associada a altos gastos no sistema de saúde.

Em relação às revistas científicas com maior relevância em relação ao número de artigos publicados na temática de governança pública, de um total de 461 fontes diferentes, as 10 revistas de maior produção estão listadas na Tabela 4.

**Tabela 4 - Revistas científicas mais relevantes em governança pública**

Posição	Revista	País	Artigos
1	<i>International Review of Administrative Sciences</i>		16
2	<i>Sustainability</i>		16
3	<i>International Journal of Public Administration</i>		12
4	<i>Public Management Review</i>		12
5	<i>Public Money &amp; Management</i>		12
6	<i>Public Policy and Administration</i>		11
7	<i>Public Administration Issues</i>		10
8	<i>International Journal of Public Sector Management</i>		9
9	<i>Public Administration</i>		8
10	Administração Pública & Gestão Social		7

Fonte: Autoria própria (2023)

Na Tabela 4 é possível verificar o predomínio de revistas vinculadas à área de administração pública, porém aparecem também revistas da área de sustentabilidade, políticas públicas e economia. Em relação à distribuição geográfica das revistas, a maior parte encontra-se na Europa (Bélgica, Suíça, Reino Unido e Rússia) e apenas duas não pertencem à Europa, uma nos Estados Unidos e uma no Brasil. Assim, embora novamente se afirme que a pesquisa em governança pública é desenvolvida no mundo todo, a publicação em revistas ainda se dá na maior parte das vezes na Europa, com destaque para o Reino Unido.

Em relação aos artigos publicados na revista Brasileira Administração Pública & Gestão Social, são abordadas temáticas diversas, conforme denota o Quadro 3.

**Quadro 3 – Temas abordados nos artigos da Revista Administração Pública & Gestão Social**

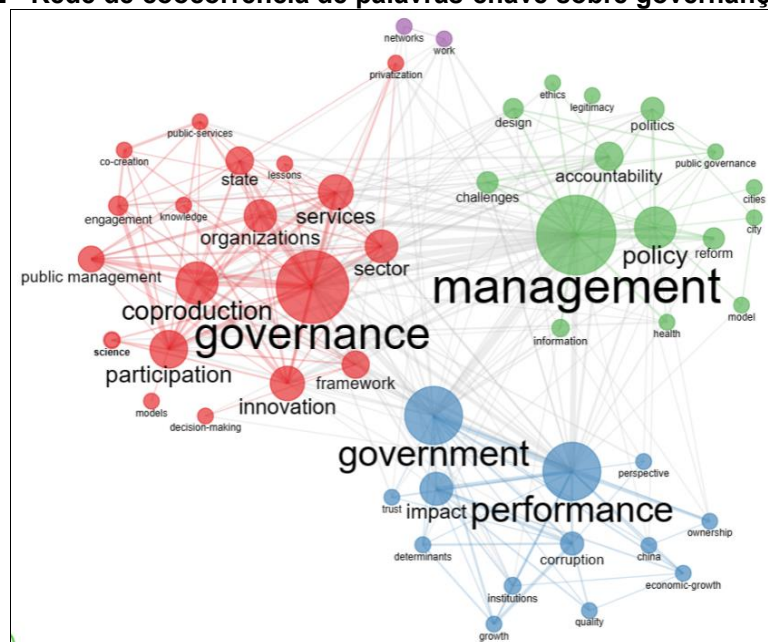
Artigo	Temática abordada
Almeida-Santos <i>et al.</i> (2018)	Os autores abordam o efeito da qualidade da governança pública sobre o sentimento de confiança da população nas instituições governamentais de países latino-americanos. Os resultados indicam que quanto melhor for a qualidade da governança pública maior é o sentimento de confiança dos cidadãos nas instituições governamentais.
Alves de Souza Matos, Amaral e Iquiapaza (2018)	Os autores propõem um indicador de governança utilizando variáveis orçamentárias e financeiras para avaliar o desempenho governamental dos estados brasileiros.

Artigo	Temática abordada
Rodrigues e Rodrigues (2019)	Os autores analisaram a relação entre a governança pública e as reeleições municipais em Minas Gerais em 2016 e concluíram que a possibilidade de reeleição não influencia os prefeitos a adotarem boas práticas de governança, contudo, prefeitos que adotam boas práticas de governança tendem a ser reeleitos.
Pascoal e Oliveira (2019)	Os autores avaliaram as práticas de governança pública adotadas pelos órgãos da Administração Pública Federal Brasileira por meio de pesquisa aplicada pelo Tribunal de Contas da União e concluíram que os órgãos da APFB estão dando os primeiros passos na adoção de melhores práticas de governança.
Rosa Filho, da Fonseca e Soares (2020)	Os autores investigaram a relação entre o Índice de Governança Municipal, adotado pelo Conselho Federal de Administração (CFA) e a classificação do rating de crédito nos municípios brasileiros, calculada por meio da metodologia desenvolvida pela Secretaria do Tesouro Nacional (STN) e identificaram influência positiva entre governança e classificação do rating de crédito nos municípios brasileiros.
Fernandes e Spohr (2020)	O artigo trata da administração da imigração no Brasil e não guarda relação com direta com a temática da governança pública, sendo que o termo só é citado uma vez como palavra-chave do artigo.
Cavalcante e Pereira (2022)	Os autores exploram os resultados oriundos de uma pesquisa conduzida pelo IPEA e a Universidade de Stanford chamada <i>Governance Project</i> para avaliar as dimensões da capacidade estatal frente aos resultados governamentais.

Fonte: Autoria própria (2023)

Ao analisar todo o grupo de artigos pesquisados é possível identificar, de forma gráfica, a coocorrência, ou seja, a ocorrência de duas palavras-chave em um mesmo documento e a relação entre elas, conforme Figura 2.

Figura 2 - Rede de coocorrência de palavras-chave sobre governança pública



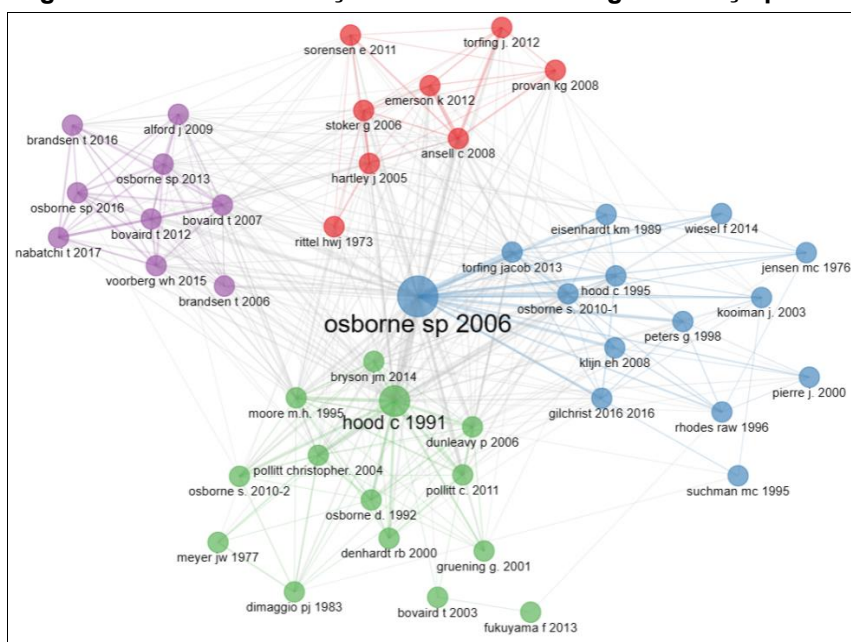
Fonte: Autoria própria (2023) com o software Bibliometrix



Ao analisar a coocorrência de palavras mostrada na Figura 2, observa-se a formação de quatro *clusters*, cada qual com uma temática própria, sendo as principais palavras-chave de cada núcleo: (i) gestão, política pública e *accountability* – *cluster* verde, (ii) governança, organizações, inovação e coprodução – *cluster* vermelho; (iii) performance, governo e impacto – *cluster* azul; e (iv) trabalho e redes – *cluster* roxo. O enfoque dessa tese, qual seja, governança em nível municipal, está presente no *cluster* em cor verde, por meio das palavras *city* e *cities*.

O último resultado do mapeamento da produção recente sobre governança pública trata da rede de cocitação. Na Figura 3 é mostrada a rede de cocitação gerada a partir dos artigos analisados.

**Figura 3 - Rede de cocitação de autores sobre governança pública**



**Fonte: Autoria própria (2023) com o software Bibliometrix**

As principais referências utilizadas nos artigos formaram a rede de cocitação da Figura 3, onde se identifica quatro *clusters*. O principal *cluster* é o azul formado por 14 obras, sendo a principal delas Osborne (2006), marco conceitual da presente tese. Dessa forma, o assunto condutor desse cluster guarda relação com a Nova Governança Pública e seus antecedentes.

O segundo *cluster*, na cor verde, também é composto por 14 obras e tem como elemento central Hood (1991). A discussão norteadora do *cluster* é o paradigma da NPM. O terceiro *cluster*, de cor roxa, composto por 9 obras; e o quarto *cluster*, de cor vermelha, composto por 8 obras, discutem teorias que compõem a governança pública, como co-produção de serviços públicos na obra de Bovaird

(2007), teorias complementares, como a obra de Ansell e Gash (2008), que aborda a governança colaborativa, bem como avanços, limitações e análises sobre governança pública.

O autor Osborne está presente em três dos quatro *cluster* identificados, o que indica ser este autor a principal referência da área.

### 2.2.1.1 Principais achados do mapeamento sistemático sobre governança pública

Os principais achados do mapeamento sistemático indicam que a área de governança pública apresenta elevado número de publicações com tendência de crescimento e é uma temática presente em pesquisas ao redor do mundo inteiro, com intensa colaboração entre países da América do Norte, Europa, Ásia e Oceania. Não se identificou autores que concentram grande número de publicações, contudo, a maioria dos autores identificados como mais produtivos também apresentam maiores impactos, considerando o índice *h-index*.

A coocorrência de palavras-chave permitiu identificar *clusters* que indicam subáreas de pesquisa dentro da governança pública como inovação, política pública, redes e coprodução. Em relação às redes de citação, foi possível identificar que o autor Osborne é a principal referência, contudo, dadas as diferentes abordagens e entendimentos de governança pública, existem diferentes concentrações de autores, o que confirma que o conceito de governança pública inclui diversas temáticas.

Na próxima seção é abordado o conceito de governança pública, os princípios, as dimensões e os desafios atuais.

### 2.2.2 Conceito, princípios, dimensões e desafios atuais da governança pública

O marco teórico deste estudo reside no Editorial *The New Public Governance?* da revista *Public Management Review* elaborado por Stephen P. Osborne (2006) em que é apresentada a estrutura conceitual da Nova Governança Pública. O argumento de Osborne (2006) é que a administração pública passou por três modelos dominantes – a Administração Pública tradicional, do final do século XIX até o final da década de 1970 e início dos anos 1980; um segundo modelo, da *New Public Management*, até o início do século XXI; e um terceiro emergente, da

*New Public Governance* – traduzido como Nova Governança Pública e aqui designada somente como Governança Pública.

O primeiro modelo, dito de Administração Pública Tradicional tem inspiração weberiana e por meio da separação entre propriedade privada e pública os especialistas que compõem a burocracia, com base no conhecimento científico tomam as decisões necessárias ao funcionamento da máquina pública. Os cidadãos não especialistas participam somente por meio de eleições que produzem os governos. Por sua vez, o modelo da NPM, conforme Hood (1991), buscou reformas do setor público visando horizontalizar, descentralizar e abrir à participação da sociedade utilizando uma lógica de mercado e importação de processos gerenciais das empresas privadas para a administração pública.

Com base nas críticas e adaptações dos modelos da administração pública tradicional e da NPM e buscando a permanência de mecanismos participativos voltados à capacidade do governo na produção de melhores resultados sociais é que Osborne (2006) aborda a governança pública. O Quadro 4 apresenta uma síntese dos elementos chave de cada modelo discutido no citado editorial.

**Quadro 4 – Elementos chave da Administração Pública Tradicional, NPM e Governança Pública**

<b>Elementos-chave</b>	<b>Administração pública tradicional</b>	<b><i>New Public Management</i></b>	<b>Governança Pública</b>
Raízes teóricas	Ciência política e política pública	Teoria da escolha pública e estudos gerenciais	Sociologia organizacional e teoria de redes
Natureza do Estado	Unitário	Desagregado	Plural e pluralista
Foco	Sistema político	Gestão intraorganizacional	Governança interorganizacional
Ênfase	Implementação política	Entradas e saídas de serviços	Processos e saídas de serviços
Relacionamento com as organizações parceiras externas (não públicas)	Elementos potenciais da política	Contratados independentes dentro de um mercado competitivo	Fornecedores preferenciais e, muitas vezes, agentes interdependentes em relacionamentos contínuos
Mecanismo de governança	Hierarquia	O mercado e os contratos clássicos ou neoclássicos	Contratos de confiança ou relacionais
Base de valor	Ética do setor público	Eficácia da concorrência e do mercado	Neocorporativista

**Fonte: Osborne (2006)**

Posteriormente, Osborne (2010) editou um livro, com o mesmo título do editorial de 2006: *The New Public Governance?* onde diversos autores discutem a

temática da governança pública em cinco partes: (i) perspectivas teóricas sobre governança pública; (ii) governança e parcerias interorganizacionais para a entrega de serviços públicos; (iii) governança das relações contratuais; (iv) governança de redes interorganizacionais; e (v) governança de redes de políticas.

O fio condutor do livro de Osborne (2010) é que a Governança Pública captura os desafios da prestação de serviços públicos dentro de sistemas fragmentados e que tais desafios englobam todo o mundo, embora não sejam os mesmos em todas as partes do globo. Ainda, Osborne (2010) não defende que a Governança Pública seja a “melhor maneira” de implementar políticas e entregar serviços públicos, mas que os desafios postos podem ser abordados dentro do espaço fragmentado, interorganizacional e contestado do setor público.

No Brasil, o artigo intitulado ‘Governança pública: novo modelo regulatório para as relações entre Estado, mercado e sociedade?’ de Kissler e Heidemann (2006) publicado na Revista de Administração Pública traz, a partir da realidade alemã, o debate sobre Governança Pública para o Brasil em momento semelhante à discussão internacional. Contudo, o Brasil caracteriza-se como um caso particular em face da forte influência do patrimonialismo histórico, que reduz a capacidade dos governos em promover a justiça social, a despeito do preconizado na Constituição Federal de 88 e das demandas por mecanismos de participação que caracterizam o século XXI.

A Governança Pública pode ser vista como uma teoria que se tornou predominante ao lado da NPM nos anos 2000 (GROSSI; PIANEZZI, 2018). A perspectiva da NPM buscava uma inversão do excesso de burocracia, hierarquia e centralidade encontradas nas administrações públicas, sendo então, trazidos os princípios empresariais de eficiência, eficácia, redução de gastos e descentralização culminando da parte do Estado com o controle de gastos públicos, a revisão das responsabilidades da administração pública, a privatização e a adoção de tecnologia da informação (FANELLI; LANZA, 2017; OLIVER-MORA; IÑIGUEZ-RUEDA, 2016). Greve e Pedersen (2017) ainda destacam que esse tipo de gestão era baseado no alcance dos resultados e valores do mercado. O cidadão passou a ser visto como cliente e isso fez com que as instituições mantivessem o foco na qualidade da prestação de serviços e buscassem resultados positivos no setor público, pois eram responsáveis pelo atendimento das demandas da população (FANELLI; LANZA, 2017; WÄLLSTEDT; GROSSI; ALMQVIST, 2014).

No entanto, a implementação prática dos pressupostos da NPM não provocou uma melhora clara no funcionamento do setor público em muitos países (RADZIK-MARUSZAK, 2016). Conforme Bao *et al.* (2013), a estrutura governamental ainda não estava propícia a esse tipo de gestão, gerando conflitos que permitiram a entrada da Governança Pública, como um modelo voltado para o atendimento real das necessidades dos cidadãos. Conforme Kissler e Heidemann (2006), o avanço da discussão da governança pública se deu devido às condições insatisfatórias dos modelos adotados pelas administrações públicas até então, que, com pouca abertura de espaço para atendimento às questões sociais e restrição da participação do cidadão nos processos decisórios, privilegiavam a eficiência e qualidade da gestão.

A governança pública ganha força em um cenário em que as diversas crises de proporções mundiais, em que uma parte significativa dos países não foi capaz de financiar a burocracia e fornecer serviços públicos ao mesmo tempo, fizeram com que os Estados mudassem suas formas de atuação para garantir o bem-estar da sociedade por meio de desenvolvimento econômico, competitividade e eficiência dos mercados nacionais (RADZIK-MARUSZAK, 2016; SILVA; VICENTIN, 2018). Nos últimos 40 anos, diante de críticas em face do declínio do modelo do Estado de bem-estar e a crescente complexidade dos bens públicos a serem fornecidos, os governos ocidentais tem buscado implementar reformas no serviço público (BRENDER; YZEIRAJ; DUPUY, 2017), sendo a governança pública a reforma mais atual (RHODES, 2016) e que busca responder às restrições fiscais oriundos dos desafios da globalização e a crescente desconfiança dos cidadãos em governos eleitos democraticamente (SØRENSEN; TORFING, 2017), de forma que o Estado moderno aumente a transparência na administração pública e ofereça suporte para a proteção das diversas esferas da vida de seus cidadãos, como saúde, educação, questões econômicas e sociais (AKIMOVA *et al.*, 2020).

A teoria de base da governança corporativa, denominada Teoria da Firma desenvolvida por Jensen e Meckling (1976), pode ser adaptada à governança pública. Na teoria aplicada à iniciativa privada, define-se a relação de agência e os custos de transação: a relação de agência pode ser definida por um contrato no qual o principal – uma ou mais pessoas, proprietários e acionistas – contrata um agente – uma ou mais pessoas, executivos – para desempenhar um determinado serviço em nome do principal, a partir da delegação de algum poder de decisão ao agente; os

custos de transação se referem aos conflitos que surgem a partir de diferentes interesses no negócio oriundos da relação de agência mediante: decisões tomadas pelo agente afetam o bem-estar do principal; diversos comportamentos são possíveis de serem assumidos pelo agente; e o principal dificilmente consegue observar as ações do agente, gerando assimetria informacional entre ambos (JENSEN; MECKLING, 1976).

O entendimento desta Teoria pode ser aplicado ao setor público já que a relação de agência também na esfera governamental, ocorre onde o público (eleitores) é o principal que delega autoridade ao governante que atua como agente. O conflito entre o principal e o agente pode desencadear a corrupção, em que o interesse público é sacrificado em prol do ganho individual gerando assim os custos de transação (SETYANINGRUM; WARDHANI; SYAKHROZA, 2017).

O termo 'governança pública' foi conceituado por diversos autores brasileiros e internacionais, bem como por instituições ao redor do mundo ao longo dos anos. Com base em Silva e Vicentin (2018), pode-se inferir que a governança pública se baseia em três ideias centrais: (i) capacidade do Estado de execução de políticas públicas; (ii) reformulação das relações entre Estado e demais atores sociais; (iii) reformas na estrutura e gestão dos governos para considerar as interações entre o Estado e os diversos atores sociais.

No Quadro 5, são apresentados conceitos firmados na década de 2010-2020 pelas instituições *Asian-Pacific Economic Cooperation (APEC)*, *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*, *Institute of Internal Auditors (IIA)*, *Association Tunisienne de Gouvernance (ATG)* da Tunísia, *Australian National Audit Office (ANAO)* da Austrália, *International Federation of Accountants (IFAC)*, *Chartered Institute of Public Finance and Accountancy (CIPFA)* e *Council of Europe (COE)*.

**Quadro 5 - Definições de governança pública em instituições exteriores ao Brasil.**

Instituição / ano	Definição
APEC (2011)	Relacionada às políticas e processos pelos quais as metas são estabelecidas e cumpridas, de maneira ética e responsável. Além disso, são incluídas as ações que trazem confiabilidade ao governo, que fornecem a provisão equitativa dos serviços e que garantem o comportamento íntegro dos funcionários públicos, com o intuito de reduzir os níveis de corrupção
OECD (2011)	Refere-se aos arranjos formais e informais que determinam como são tomadas as decisões e as ações públicas, na intenção de manter os valores constitucionais ao enfrentar adversidades e mudanças (econômicas, sociais, ambientais, etc.) do cenário do país, estado ou município.

Instituição / ano	Definição
IIA (2012)	Está relacionada aos meios pelos quais as metas são estabelecidas e cumpridas. Também inclui atividades que asseguram a credibilidade de uma entidade do setor público, estabelecem a provisão equitativa de serviços e asseguram o comportamento apropriado de funcionários do governo - reduzindo o risco de corrupção pública.
ATG (2013)	Remete ao conjunto de princípios e políticas que assegure um desenvolvimento apropriado, a partir da aplicação dos requisitos de transparência, prestação de contas nos setores político, econômico e social, combate à corrupção, fortalecimento da sociedade civil, proteção dos direitos humanos e promoção de políticas de apoio à educação, saúde e meio ambiente.
ANAO (2014)	Refere-se às práticas a serem implantadas para alcançar as metas e prover transparência. Ademais, engloba os princípios de liderança, controle e prestação de contas para trazer maior confiabilidade e garantir eficácia e eficiência nas ações governamentais.
CIPFA; IFAC (2014)	Compreende às estruturas organizacionais (administrativa, política, econômica, social, ambiental, legal, etc.) que asseguram que os resultados pretendidos para os stakeholders sejam definidos e alcançados.
COE (2018)	Relacionada à conduta responsável sobre assuntos governamentais e administração correta dos recursos públicos.

**Fonte: Adaptado de Nakazato (2019)**

Percebe-se então que, segundo essas organizações, a definição de governança pública está ligada à ordem e legitimidade do Estado, participação da sociedade nas decisões governamentais, responsabilidade ética, transparência, prestação de contas e alguns até enfatizam a inserção da tecnologia no ambiente político.

A governança pública impacta positivamente no crescimento econômico de longo prazo visto que sua implementação pode afetar a dinâmica da atividade empresarial, influenciando diretamente o ambiente econômico; por meio do desenvolvimento de infraestrutura e apoio à geração de pesquisa e inovação (BAYAR, 2016; LOBONTJ et al., 2021). Na tradição weberiana, a governança pública se baseia na atuação eficiente, sem atrasos, corrupção ou outras distorções dos atores estatais, ou seja, a governança pública se relaciona com o comportamento do governo na proteção do interesse público (JIA; HUANG; MAN ZHANG, 2019).

Na governança pública, o indivíduo não é visto apenas como um cliente interessado na prestação de serviços públicos, mas como um cidadão que demanda um envolvimento direto nos processos de tomada de decisão do governo (RADZIK-MARUSZAK, 2016). Para Osborne (2010) a governança pública é uma resposta à complexidade e fragmentação das políticas públicas e prestação de serviços no século XXI, assim, torna-se mais importante a inclusão das partes interessadas no

processo de tomada de decisão, desde a definição dos objetivos até a decisão de como atingi-los.

Nesse sentido, Girao (2021) define governança pública como as relações de cooperação e coordenação por meio de redes mistas, públicas e privadas, entre os atores do estado e não estatais para a conquista do bem comum. Diante disso, os governos não estão mais sozinhos no processo de tomada de decisões e sim em um ambiente de atuação mais amplo que inclui uma pluralidade de atores, cabendo aos governos um papel ativo na liderança do processo buscando o atendimento das diversas expectativas ou um papel passivo sendo forçado pelas circunstâncias a adotar determinado curso (FANELLI; LANZA, 2017).

Desta forma, um aspecto essencial na governança pública é a participação, seja de indivíduos, seja de grupos organizados – homogêneos ou heterogêneos em relação às características sociais, visando melhorar a qualidade da tomada de decisões (NOREIKIENĖ; ŽILINSKAS, 2017). A participação dos cidadãos é influenciada pela consciência cívica individual – alta consciência visualiza a participação como um dever enquanto baixa consciência cívica acredita não poder influenciar a governança pública – e pelas dificuldades impostas à participação, como o tempo dedicado e custos financeiros (NOREIKIENĖ; ŽILINSKAS, 2017).

A governança pública enquanto modelo – e não ferramenta de gestão aplicada – se distingue de outros modelos pelas dimensões que lhe são próprias: (i) valores norteadores: democracia deliberativa, valor público das decisões e coprodução das decisões; (ii) estrutura: deslocamento do poder, redes e coordenação; e (iii) processos: eficiência e eficácia e *accountability* (PEREIRA; CKAGNAZAROFF, 2021).

Na mesma linha, Buta e Teixeira (2020, p. 389), que entendem governança pública como “arranjos de natureza pública que permitem a participação de todos os interessados, sob a coordenação do Estado, na solução dos problemas comuns, possibilitando assim a entrega de serviços públicos de qualidade, bem como o controle social” identificaram e avaliaram iniciativas de governança pública por meio das dimensões conceitual, mensural e democrática.

Assim como o conceito de governança pública é abrangente, são inúmeros os princípios ligados à governança pública. Pode-se afirmar que a governança é mais bem compreendida em termos dos princípios que são considerados para descrever a boa governança (EDWARDS, 2002; SLOMSKI et al., 2008). A aplicação



dos princípios de governança pública nas Instituições depende de mecanismos que cada governo ou instituição deve desenvolver a partir de sua realidade (CADDY, 2002). Os princípios da governança pública não podem ser tomados isoladamente, visto que a aplicação de um princípio interage com outro princípio e fortalece a governança como um todo.

No Brasil, Silva e Vicentin (2018) identificaram que os principais princípios de governança pública são transparência, prestação de contas, integração, equidade, responsabilidade, cumprimento das leis, ética, legitimidade e eficiência. Além desses, pode-se verificar que outros princípios são também explorados pelas instituições governamentais estrangeiras, como controle de riscos, espírito de liderança dos gestores, inovação e visão estratégica da administração.

A boa governança, conforme Almeida-Santos *et al.* (2018, p. 229), “é a chave para compreender o crescimento econômico e o bem-estar social de países em desenvolvimento” e, entre os indicadores da boa governança, os autores destacam a comunicação, a informação e o acesso à informação pública. Por outro lado, a má governança e as práticas corruptas tornam-se uma das principais razões pelas quais os governos dos países em desenvolvimento não conseguem traduzir o gasto público, ainda que em altos volumes, em serviço público de alta qualidade (SETYANINGRUM; WARDHANI; SYAKHROZA, 2017).

Um pré-requisito essencial para a boa governança é a confiança (TAYLOR; DRAAI; JAKOET-SALIE, 2020). Em pesquisa que relacionou governança pública, corrupção e qualidade do serviço público, Setyaningrum, Wardhani e Syakhroza (2017) demonstraram uma boa governança pública está associada a uma menor corrupção; e a redução da corrupção está associada à alta qualidade do serviço público; ainda, os autores demonstraram que os princípios de transparência e responsabilidade são os princípios mais importantes para reduzir a corrupção, já que a falta de transparência cria uma oportunidade de utilização de recursos públicos para ganhos pessoais.

Pode-se afirmar que a boa governança pública se refere à arranjos eficazes colocados em prática, como arranjos políticos, econômicos, sociais, ambientais e administrativos, para garantir que os resultados pretendidos para as partes interessadas sejam definidos e alcançados (TAYLOR; DRAAI; JAKOET-SALIE, 2020). Desta forma, a governança pública é orientada para os impactos sociais e ambientais das decisões e ações das organizações, tendo o governo um papel

central nas redes nas quais as partes interessadas buscam influenciar os resultados das políticas públicas (MA et al., 2017).

A pandemia da COVID-19 trouxe desafios políticos e sociais para a governança pública, em especial quando se volta o olhar para a América Latina, conforme detalhado no Quadro 6.

**Quadro 6 – Desafios para a Governança Pública na América Latina no cenário pós-COVID-19.**

<b>Desafios Políticos</b>	<b>Desafios Sociais</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de liderança política responsável</li> <li style="padding-left: 20px;">- Interdependência territorial.</li> <li>- Baixos gastos em investimento público.</li> <li>- Infraestrutura inadequada de logística, saúde, industrial e pesquisa.</li> <li style="padding-left: 20px;">- Falta de capacidade para resolver as demandas dos cidadãos.</li> <li>- Falta de transparência e responsabilidade adequada.</li> <li>- Condições de emprego e aposentadoria.</li> <li style="padding-left: 20px;">- Continuidade dos serviços públicos.</li> <li>- Automação de tarefas e desenvolvimento da inteligência artificial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Condições de saúde e acesso a cuidados médicos.</li> <li style="padding-left: 20px;">- Gap educacional e digital.</li> <li style="padding-left: 20px;">- Perda de trabalho</li> <li>- Informalidade no setor trabalhista e falta de redes de segurança universais.</li> <li style="padding-left: 20px;">- Descontentamento social e aspirações frustradas de uma classe média de emergência.</li> <li>- Maior escassez e competição por recursos por grupos ou comunidades que têm e aqueles que não o possuem.</li> </ul>

**Fonte: Elaborado pelo autor com base em Girao (2021)**

Os desafios listados no Quadro 6 impactam desde o contexto nacional até o local. Na seção seguinte aborda-se a governança pública em nível municipal.

### 2.2.3 Governança pública em nível municipal

Ao transferir o foco do plano nacional para o olhar da cidade, considerando assim o envolvimento dos governos de nível local, regional, além do nacional e incluído o papel das organizações privadas, a governança pública ganha em complexidade (GEREFFI; LEE, 2016; LEVINE, 2016). Tais inclusões das partes interessadas a partir dos mecanismos da democracia participativa e deliberativa, tornaram-se importantes no âmbito da governança local (RADZIK-MARUSZAK, 2016). Embora não exista apenas uma boa prática ou modelo que se enquadre em todos os contextos, pode-se observar a necessidade de superação do modelo burocrático do governo local (BROCCARDO; CULASSO; MAURO, 2019).

Desta forma, a governança pública municipal está inserida em um ambiente em que os gestores públicos precisam ser mais do que bons burocratas, pois, além de serem autoridades no governo local, precisam também compreender as

necessidades da população e manter uma ligação de confiança e diálogo com a sociedade (GREVE; PEDERSEN, 2017). Um sistema de governança local implementado em Tampere – Finlândia se baseou em três pilares: forte liderança política, sistema de prestação de serviços locais envolvendo múltiplos prestadores e participação pública ativa dos cidadãos no processo de tomada de decisão (RADZIK-MARUSZAK, 2016).

No contexto da cidade, formas colaborativas de governo são fortemente encorajadas, mas requerem uma gestão apropriada (BROCCARDO; CULASSO; MAURO, 2019) já que gerenciar um processo com alto nível de participação e muitos atores envolvidos nas atividades de tomada de decisão é uma atividade complexa que demanda muito esforço das autoridades locais (FANELLI; LANZA, 2017). A participação dos cidadãos e demais partes interessadas, seja integrando conselhos, participando de audiências públicas ou demais ações dinâmicas e colaborativas podem remodelar a governança de uma cidade (BROCCARDO; CULASSO; MAURO, 2019).

Neste sentido, ferramentas para facilitar a comunicação, integração e cooperação entre os diferentes atores locais foram fortalecidos ao longo do tempo e atualmente o sucesso das políticas locais depende da capacidade das autoridades e dos formuladores de políticas em desenvolver planos estratégicos de desenvolvimento territorial, envolvendo as partes interessadas e seguindo as boas práticas em ferramentas de comunicação, compartilhamento de conhecimentos e recursos (FANELLI; LANZA, 2017). Espera-se que o governo local com melhor governança apresente um melhor desempenho porque sua política e tomada de decisões estão de acordo com o interesse público (SETYANINGRUM; WARDHANI; SYAKHROZA, 2017). Assim, embora o governo local ainda seja um ator principal, vários outros atores participam ativamente e influenciam a forma de construção e funcionamento da governança pública local (BROCCARDO; CULASSO; MAURO, 2019).

Os princípios de governança pública também se aplicam ao contexto local e, conforme Santos e Rover (2019), exercem influência positiva na eficiência da aplicação de recursos públicos locais, em especial em educação e saúde. Os princípios de governança pública e suas definições estão listados no Quadro 7.

**Quadro 7 – Princípios de governança pública aplicados ao contexto local**

<b>Princípios</b>	<b>Definições</b>
Transparência	É o livre fluxo de informações, sendo divulgados os processos das contas públicas e a explicação das ações que foram tomadas pelos governantes.
Responsabilidade	Referente à responsabilidade que os agentes públicos têm sobre as ações e decisões tomadas em nome da população, sendo, então, esperados retornos benéficos à sociedade e que condizem com os impostos pagos ao governo.
<i>Compliance</i> (cumprimento de leis)	É o compromisso de proteger os direitos civis e atuar de acordo com a legislação e regulamentos vigentes.
Ética e integridade	Valores éticos e morais devem estar alinhados à cultura das organizações para assegurar comportamentos íntegros dos funcionários públicos.
Competência e capacidade	Os gestores das instituições devem ter habilidades, conhecimentos e experiência necessários para os cargos públicos a que lhe foram confiados pela população.
<i>Accountability</i> e relacionamento com as partes interessadas	Os agentes públicos devem atuar de acordo com os interesses da sociedade e manter um diálogo aberto com ela e demais partes interessadas, além de divulgar o andamento das contas e recursos públicos.
Controle de riscos e sistemas de gestão	Garantia do controle de falhas nas decisões, a partir da implantação de sistemas de gestão de desempenho e financeiro eficazes.
Visão estratégica e foco nos resultados	Planejamento em longo prazo e monitoramento contínuo das atividades públicas para alcançar os resultados pretendidos.
Eficiência e efetividade	Atender as necessidades da população e metas do governo, a partir da melhor utilização dos recursos.

**Fonte: Nakazato, Silva e Vicentin (2021, p. 131, 2022, p. 4)**

Os princípios de governança pública abordam diversos aspectos relacionados à gestão e à prestação de serviços públicos.

Quiroz Mejía (2022) propõe cinco dimensões de avaliação do nível de gestão municipal sob a ótica da governança pública: eficiência (oriunda do modelo weberiano); eficácia (proveniente da NPM); colaboração, transparência e ética (incorporadas como dimensões da governança pública). As dimensões eficiência e eficácia tratam da relação custos e resultados, ou seja, focam na utilização de recursos por parte de município enquanto as dimensões de colaboração – tomada de decisão participativa por meio de conhecimentos, sentimentos e experiências das partes interessadas – transparência – direito da população de acessar informações, ter respostas às demandas e receber prestações de contas – e ética – mais do que o mero cumprimento de regras – vão além da questão da aplicação de recursos (QUIROZ MEJÍA, 2022).

A governança pública no contexto local, aliado à participação social, mediante a construção de estruturas de relações, serviços e políticas; e aumento dos níveis de democracia provocam efeitos sobre a dinâmica do território, a qualidade de vida das pessoas e impactam no desenvolvimento local (DE SANT'ANNA; NETO; MARCHI, 2020).

No Brasil, diversas possibilidades institucionais de promoção da democracia em âmbito municipal foram trazidas pela Constituição Federal como os Conselhos Gestores de Políticas Públicas, Orçamentos Participativos, Conferências e Consultas Públicas, trazendo consigo uma nova concepção de relacionamento entre Estado e sociedade civil (BARDDAL; TORRES, 2020).

Os cidadãos, cada vez mais educados, demandam, além da eficiência financeira, maior acesso à informação e alto nível de serviços públicos oferecidos à sociedade pelo governo local (RADZIK-MARUSZAK, 2016) o que torna a governança local complexa e dependente dos diversos atores sociais (BRENDER; YZEIRAJ; DUPUY, 2017) reforçando assim a importância da comunicação no contexto da governança pública da cidade.

### **2.3 Comunicação governamental**

A comunicação governamental se origina na comunicação pública. A comunicação pública se situa no espaço público e ocupa um lugar privilegiado na comunicação natural da sociedade, ligado aos papéis de regulação, proteção ou antecipação do serviço público sendo um processo que compreende toda a sociedade civil organizada, não subordinado ao Estado ou governo, que tem sua centralidade no cidadão para torná-lo ativo e corresponsável, garantindo não apenas informação, mas também diálogo e estímulo à participação pública (ZÉMOR, 1995).

A participação pública, cidadãos ativamente envolvidos nas decisões e processos governamentais, está intimamente ligada à democracia (TAYLOR; DRAAI; JAKOET-SALIE, 2020). Assim, a democracia não pode existir sem comunicação e a evolução da democracia contemporânea implica um maior protagonismo da comunicação pública, tanto como relação entre as instituições públicas e os cidadãos quanto para a promoção da transparência e da participação

pública (MORENO MANZO; NAVARRO CHÁVEZ, 2019; PARICIO-ESTEBAN et al., 2020).

Martins da Silva (2003) trata a comunicação pública como aquela voltada para o interesse público e o bem comum, ou seja, a coisa pública em síntese. Já Matos (2009, p. 6) acrescenta a questão do debate à definição pois, para ela, a comunicação pública “é um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país”; um “processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade”. Esse debate citado é próprio de sociedades democráticas.

A pluralidade de vozes presentes no debate é destacada por Monteiro (2009) para quem a comunicação pública é o movimento para dar espaço às diferentes vozes presentes na sociedade para que elas participem do debate político na mídia. Ainda, a comunicação pública pode representar um caminho para gerar espaços alternativos, fora da mídia.

Quanto à centralidade da comunicação pública, Duarte (2009, p. 61) a coloca no cidadão, “não apenas por meio da garantia do direito à informação e expressão, mas também do diálogo, respeito a suas características e necessidades e do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável”. Para o autor, os anseios coletivos devem ter na comunicação pública um instrumento facilitador de seus atendimentos.

Os conceitos dos autores se complementam e em uma síntese a definição de comunicação pública trata de três dimensões: atores envolvidos como emissores, objeto e finalidade. Quanto aos atores envolvidos, Koçouski (2013) defende que a comunicação pública pode ser protagonizada por diversos atores: Estado, Terceiro Setor (associações, ONGs etc.), partidos políticos, empresas privadas, órgãos de imprensa privada ou pública, sociedade civil organizada etc. Duarte (2009) também entende que a comunicação pública envolve tudo o que diga respeito a ações governamentais e ao aparato estatal e ainda partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, em certas circunstâncias, as empresas privadas. Para o autor, comunicação pública é um bem e um direito de natureza coletiva. Quanto ao objeto e finalidade, os autores pesquisados tratam que o objeto é o interesse público e a finalidade da comunicação pública é a cidadania e a democracia.

Desta forma, uma possível definição de comunicação pública é a “comunicação que tem por finalidade a promoção da cidadania e da democracia, em um cenário em que interagem: Estado, governo e sociedade para tratar de temas de interesse público” (SILVA; VICENTIN, 2018, p. 184). A comunicação pública influencia os eventos históricos de um país, bem como afeta a política, a sociedade e as práticas comunicacionais de longo prazo (COELHO, 2018).

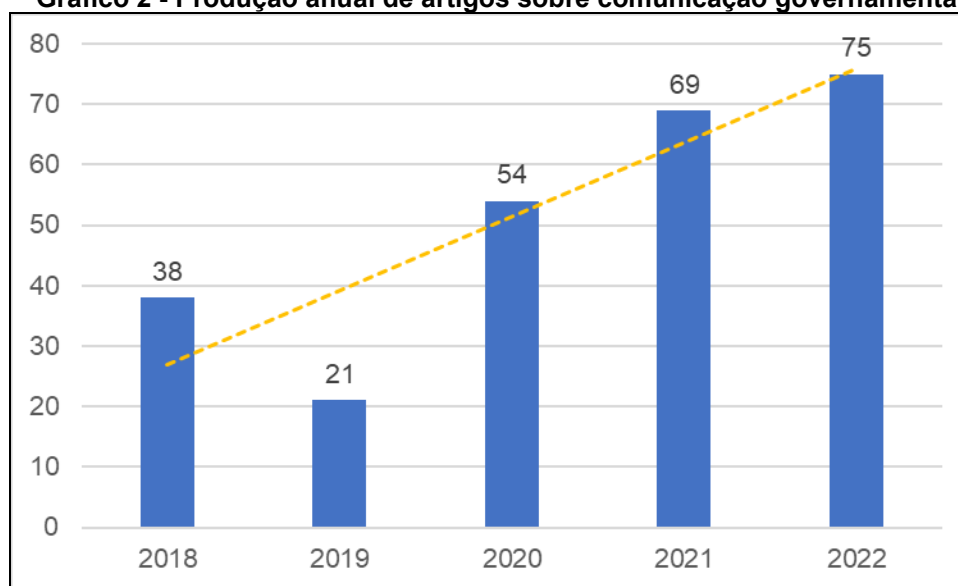
Neste estudo, o foco recai de forma mais específica sobre a comunicação governamental, nesse sentido, para situar a discussão sobre essa temática a próxima seção traz um mapeamento sistemático da produção científica recente, aplicando a técnica explicada anteriormente, no item 2.1.

### 2.3.1 Mapeamento sistemático sobre comunicação governamental

O mapeamento sistemático da produção científica recente sobre comunicação governamental teve por base os dados da Tabela 1 onde se verifica que a base *Scopus* retornou 220 documentos enquanto a base *WoS* retornou 156 documentos. Após eliminação dos artigos duplicados (119 documentos) restou um total de 257 documentos que compuseram a amostra analisada.

A produção anual de artigos sobre comunicação governamental, no período pesquisado, encontra-se disposta no Gráfico 2.

**Gráfico 2 - Produção anual de artigos sobre comunicação governamental**

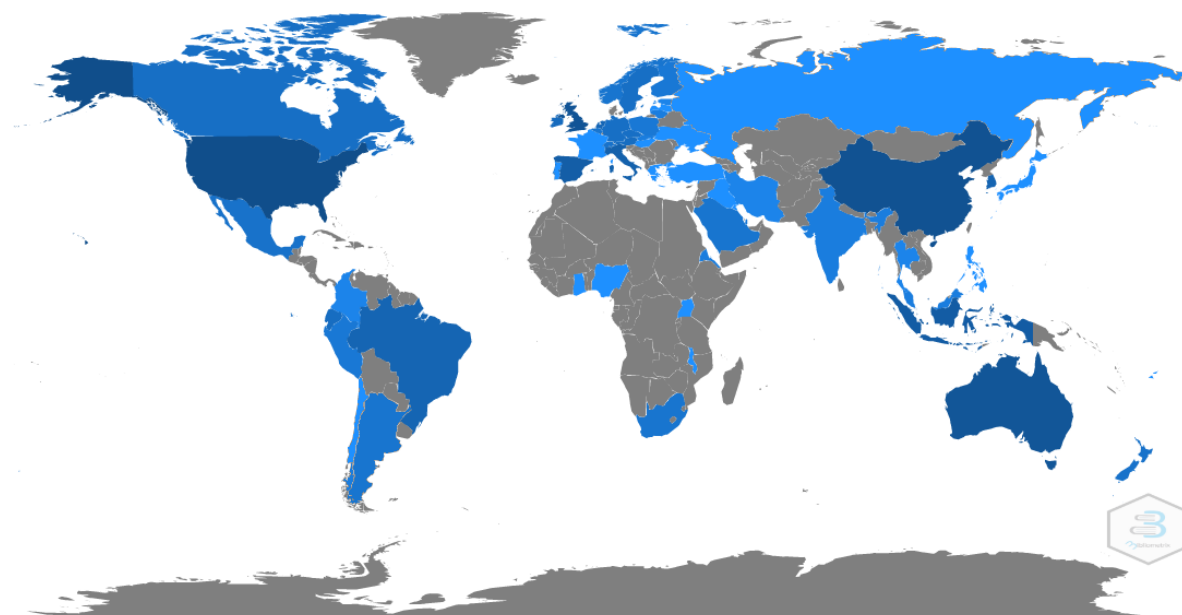


Fonte: Autoria própria (2023)

Conforme o Gráfico 2, a área de comunicação governamental apresentou queda no número de artigos de 2018 para 2019 e desde então houve um crescimento expressivo de publicações, o que pode apontar que a pandemia do COVID-19 fez crescer o interesse na temática. A linha de tendência – linha pontilhada laranja – indica que a área está em crescimento.

Sob a ótica da produção de artigos científicos por país, no Mapa 3 constam os países que produziram artigos em comunicação governamental em azul. Quanto mais escuro o azul, maior o número de artigos produzidos.

**Mapa 3 - Produção científica sobre comunicação governamental por país**



**Fonte: Autoria própria (2023) com o software Bibliometrix**

No Mapa 3 são destacados 46 países diferentes – a lista completa de países encontra-se no Apêndice B, englobando todos os continentes, assim, pode-se afirmar que se trata de uma área de pesquisa de interesse mundial. Os dez países com maior produção no período – Estados Unidos (19), China (18), Austrália e Reino Unido (14), Brasil e Indonésia (10), Espanha (9), Itália (7), Coreia do Sul (6) e México (5) – respondem por 43,58% da produção mundial. Comparativamente com a área de governança pública se verifica média concentração da produção de artigos nesses países.

Ao olhar o número de citações, 41 países receberam ao menos uma citação sendo que o número total de citações 1.591 – a lista completa de países com o respectivo número de citações encontra-se no Apêndice B. Os cinco países que mais receberam citações – Reino Unido (279), Estados Unidos (266), China (161),

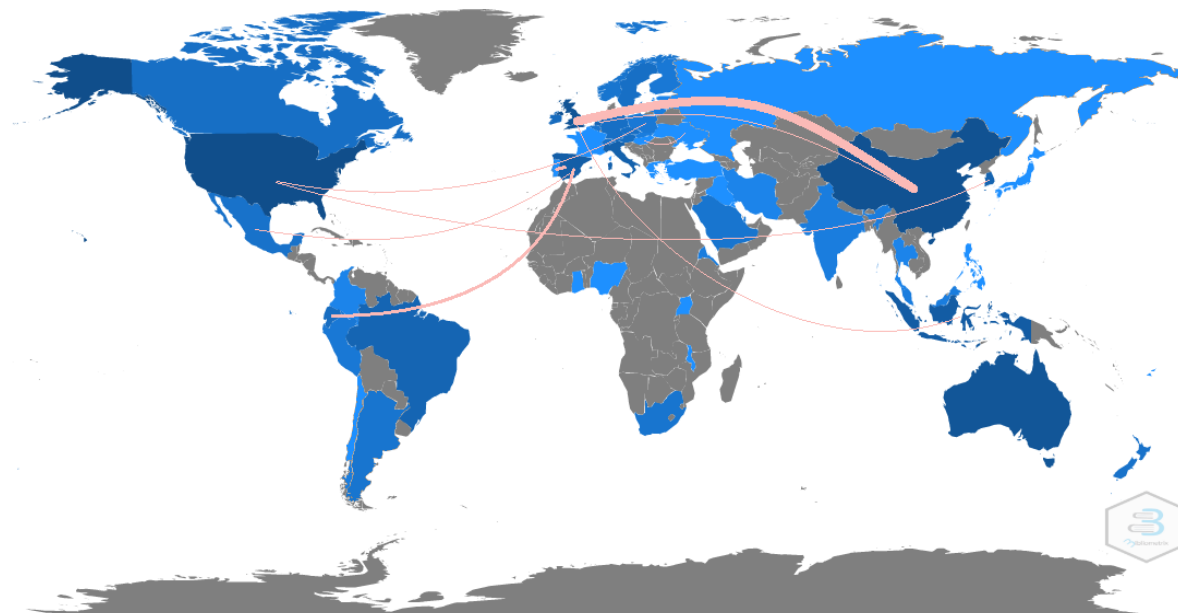


Espanha (144) e Austrália (133) – correspondem a 61,78% das citações o que indica que é alta a concentração de citações nos países relacionados. Ao considerar os dez países com maior número de citações – acrescentando à lista anterior: Países Baixos (94), Alemanha (72), Irã (60), Itália (58) e Estônia (42) – atinge-se 82,27% das citações mapeadas.

O Brasil, embora seja o sexto país que mais produz artigos sobre comunicação governamental é apenas o 21º entre os mais citados (9 citações). Assim como a produção brasileira sobre governança pública, embora numerosa a produção científica nacional sobre comunicação governamental, não resulta em um alto impacto na comunidade científica.

O último resultado sob o prisma de avaliação de países trata da colaboração entre autores de países diferentes. Identificaram-se um total de 67 colaborações envolvendo 37 países diferentes – a lista completa de colaborações entre países encontra-se no Apêndice B. No Mapa 4 são identificados os fluxos de colaboração que tiveram pelo menos duas ocorrências, considerando que a espessura do fluxo é maior quanto maior for o número de colaborações verificadas.

**Mapa 4 - Colaboração de autores sobre comunicação governamental**










**Fonte: Autoria própria (2023) com o software Bibliometrix**

A maior frequência de colaboração ocorreu a China e o Reino Unido – 4 ocorrências. Destacam-se ainda a colaboração estabelecida entre Espanha e Equador e Espanha e Portugal – com 3 ocorrências cada. Os outros fluxos de colaboração que aparecem no Mapa 4, de 2 ocorrências cada, são: China e Países

Baixos; Eslováquia e Ucrânia; Espanha e México; Estados Unidos e Coreia do Sul; Estados Unidos e Polônia; e Reino Unido e Indonésia. O Brasil teve apenas uma colaboração identificada, com a Irlanda, sendo apenas uma vez. A falta de colaborações com outros países pode restringir as realidades exploradas pelos artigos brasileiros.

Em relação à autoria dos artigos sobre comunicação governamental, foram identificados 632 autores, sendo 63 em documentos de autoria única e 569 autores de documentos de autoria múltipla. A Tabela 5 mostra os autores mais produtivos na área de comunicação governamental, adotando como critério o mínimo de 3 artigos publicados, de forma individual ou em coautoria. Na mesma Tabela 5 consta o país do autor, o índice *h-index* e o número de citações deles.

**Tabela 5 - Autores mais produtivos em comunicação governamental**

Posição	Autor	País	Artigos	<i>h-index</i>	Citações
1	Hansson, Sten		6	4	46
2	Lovari, Alessandro		5	3	59
3	D'Ambrosi, Lucia		3	2	11
4	DePaula, Nic		3	3	95
5	Ducci, Gea		3	2	6
6	Materassi, Letizia		3	3	6
7	Page, Ruth		3	1	4

Fonte: Autoria própria (2023)

A Tabela 5 demonstra que a temática da comunicação governamental apresenta baixa concentração do número de artigos relativamente à autoria, já que somente 7 autores publicaram 3 ou mais artigos. O autor Sten Hansson é o mais produtivo e o de maior impacto. Destaca-se a produção oriunda da Itália, com quatro autores entre os mais produtivos. O Brasil não possui nenhum autor entre os mais produtivos embora seja o sexto país do mundo, conforme afirmação anterior.

No tocante aos artigos mais citados, a Tabela 6 lista os 9 artigos que obtiveram pelo menos 50 citações.

**Tabela 6 - Artigos mais citados sobre comunicação governamental**

(continua)				
Posição	Título	Autores	Ano	Citações
1	<i>Public perceptions and experiences of social distancing and social isolation during the COVID-19 pandemic: a UK-based focus group study</i>	Williams, S.N. et al.	2020	189

**Tabela 6 - Artigos mais citados sobre comunicação governamental**

(conclusão)				
Posição	Título	Autores	Ano	Citações
2	<i>Toward effective government communication strategies in the era of COVID-19</i>	Hyland-Wood, B. et al.	2021	89
3	<i>Toward a typology of government social media communication: Democratic goals, symbolic acts and self-presentation</i>	Nic DePaula, N.; Dincelli, E.; Harrison, T.M.	2018	81
4	<i>Taking Action on Air Pollution Control in the Beijing-Tianjin-Hebei (BTH) Region: Progress, Challenges and Opportunities</i>	Wang L. et al.	2018	81
5	<i>An Analysis of Government Communication in the United States During the COVID-19 Pandemic: Recommendations for Effective Government Health Risk Communication</i>	Kim, D.K.D. e Kreps, G.L.	2020	79
6	<i>Government Intervention, Risk Perception, and the Adoption of Protective Action Recommendations: Evidence from the COVID-19 Prevention and Control Experience of China</i>	Duan, T. et al.	2020	73
7	<i>Behavioral measures to fight COVID-19: An 8-country study of perceived usefulness, adherence and their predictors</i>	Margraf J.; Brailovskaia J.; e Schneider S.	2020	61
8	<i>Covid-19 communication management in Spain: Exploring the effect of information-seeking behavior and message reception in public's evaluation</i>	Moreno, Á.; Fuentes-Lara, C.; e Navarro, C.	2020	60
9	<i>An integer wavelet transform image steganography method based on 3D sine chaotic map.</i>	Valandar, M.Y. et al.	2019	60

**Fonte: Autoria própria (2023)**





A Tabela 6 demonstra que a área de comunicação governamental nos últimos anos direcionou o olhar para o impacto da pandemia da COVID-19 já que dos 9 artigos mais citados, 6 tratam do cenário pandêmico: Williams et al. (2020) abordaram a realidade do Reino Unido; Hyland-Wood et al. (2021) apresentaram estratégias de comunicação para o enfrentamento da crise; Kim e Kreps (2020) analisaram o cenário dos Estados Unidos; Duan et al. (2020) pesquisaram o panorama da China; Margraf, Brailovskaia e Schneider (2020) investigaram o comportamento das pessoas em oito países – França, Alemanha, Polônia, Rússia, Espanha, Suécia, Reino Unido e Estados Unidos; e Moreno, Fuentes-Lara e Navarro (2020) exploraram a situação na Espanha.

Por outro lado, 3 artigos não abordaram temas relacionados à pandemia: o artigo ‘Em busca de uma tipologia de comunicação governamental nas mídias

sociais: objetivos democráticos, atos simbólicos e auto-apresentação’ dos autores DePaula, Dincelli e Harrison (2018) tem grande aderência a este estudo e será explorado posteriormente nesta tese. O artigo de Wang et al. (2018) sugere mecanismos para melhoria da comunicação governamental relacionado à poluição do ar em uma região da China e o artigo de Valandar et al. (2019) tem um enfoque diferente, relacionado à segurança de transmissão de dados na comunicação governamental.

Em relação às revistas científicas onde foram publicados os artigos mapeados, identificou-se 201 fontes. Somente as 4 revistas listadas na Tabela 7 publicaram pelo menos 4 artigos sobre comunicação governamental.

**Tabela 7 - Revistas mais relevantes em comunicação governamental**

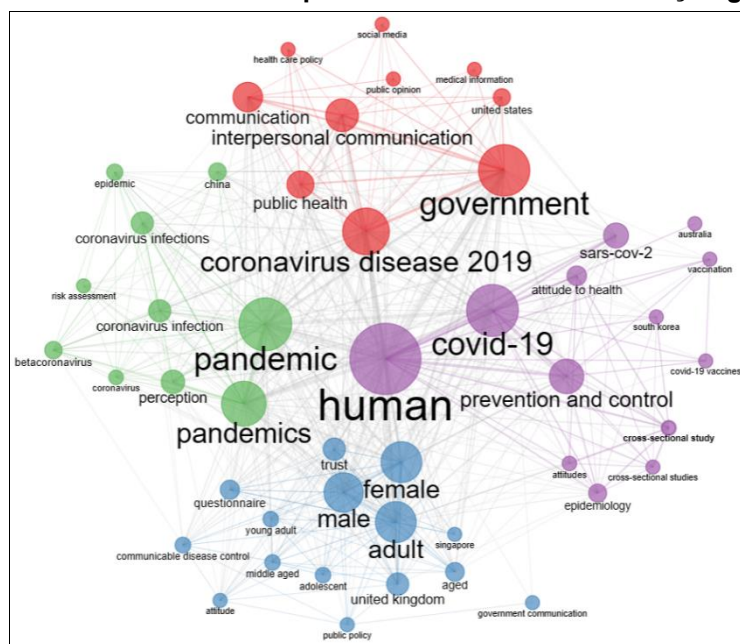
Posição	Revista	País	Artigos
1	<i>Public Relations Review</i>		6
2	<i>Profesional de la Informacion</i>		5
3	<i>Frontiers in Psychology</i>		4
4	<i>Partecipazione e Conflitto</i>		4

**Fonte: Autoria própria (2023)**

A partir da Tabela 7 pode-se verificar que as revistas que mais publicam na área de comunicação governamental são de áreas de pesquisa diversas: relações públicas, informação e comunicação, psicologia e ciências políticas. Em relação à distribuição geográfica dessas revistas, todas se localizam na Europa – Países Baixos, Espanha, Suíça e Itália.

O próximo resultado do mapeamento trata da análise da relação das palavras-chaves dos artigos mapeados em forma da rede de coocorrência – Figura 4. Na Figura 4 pode-se observar uma predominância de palavras-chave vinculadas à saúde – por conta da pandemia do COVID-19 – nos quatro *clusters* que compõem a rede de coocorrência. Contudo, é possível identificar palavras-chave que guardam relação com este estudo: política pública e comunicação governamental no *cluster* azul; governo e mídia social no *cluster* vermelho.

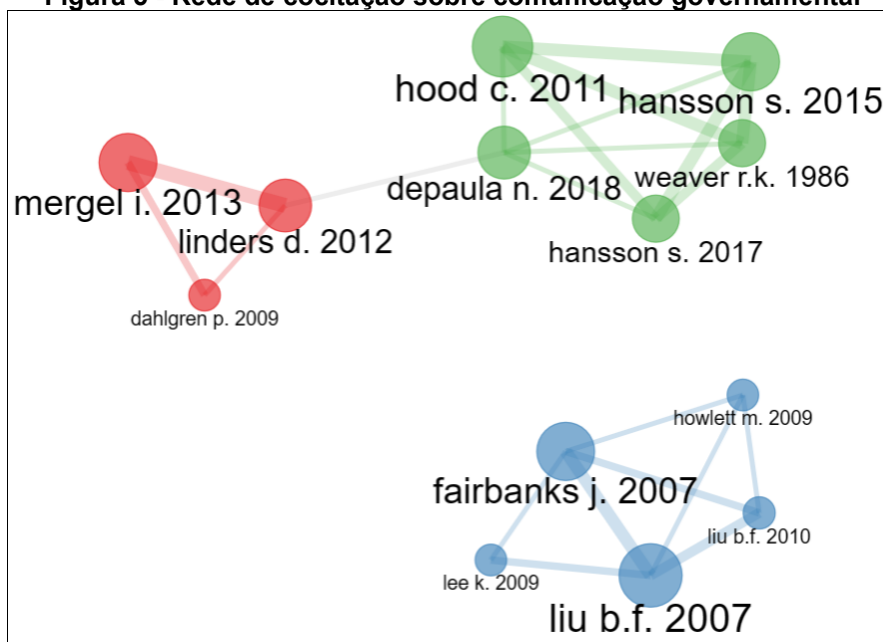
**Figura 4 – Rede de coocorrência de palavras-chave em comunicação governamental**



Fonte: Autoria própria (2023) com o software Bibliometrix

Por fim, as principais referências utilizadas no conjunto de artigos sobre comunicação governamental analisados são demonstradas por intermédio da rede de cocitação, Figura 5.

**Figura 5 - Rede de cocitação sobre comunicação governamental**



Fonte: Autoria própria (2021) com o software Bibliometrix

Na Figura 5, podem-se identificar claramente três clusters: (i) *cluster* vermelho trata em essencial de mídias sociais e tem como principais obras Mergel (2013) que propõe um *framework* para interpretar e medir as interações de mídia social no setor público e Linders (2012) que define uma tipologia para a coprodução

cidadã na era das mídias sociais, trazendo a ideia de mudança de paradigma do *e-gov* para o *we-gov*; (ii) cluster azul trata de práticas de comunicação governamental e também conta com duas obras de referência: Fairbanks, Plowman e Rawlins (2007) discutem a transparência na comunicação governamental e Liu e Horsley (2007) propõem um modelo de relações públicas para o setor público por meio de uma *decision wheel* da comunicação governamental; (iii) *cluster* verde tem no artigo de DePaula, Dincelli e Harrison (2018), que propõe uma tipologia de comunicação governamental nas mídias sociais o elo com o *cluster* vermelho – as outras obras do cluster verde, Weaver (1986), Hood (2011) e Hansson (2015, 2017), abordam a questão de como os governos buscam não assumir a sua culpa em questões negativas por meio de discursos, reviravoltas, burocracia e autopreservação.

#### 2.3.1.1 Principais achados do mapeamento sistemático sobre comunicação governamental

Os principais achados do mapeamento sistemático sobre comunicação governamental indicam que a temática apresenta um número consistente de publicações com tendência de crescimento e foi fortemente influenciada pela pandemia do COVID-19 que assolou o mundo em 2020.

De forma geral, a comunicação governamental é uma temática presente em pesquisas ao redor do mundo inteiro, porém com pouca colaboração entre países. Não foram identificados autores ou mesmo revistas que concentram grande número de publicações. Foi possível identificar que os autores Mergel; DePaula, Dincelli e Harrison se destacam em relação à comunicação governamental por mídias sociais, e Fairbanks, Plowman e Rawlins em relação às práticas de comunicação governamental, sendo assim, são as principais referências nesta temática.

Na próxima seção é abordado o conceito de comunicação governamental, os elementos que a compõem, as dimensões e os desafios atuais.

#### 2.3.2 Conceito e dimensões da comunicação governamental

Conforme afirmado anteriormente, das dimensões de atuação da comunicação pública e a partir da concepção exposta, este estudo tem por objeto a

comunicação governamental. Cezar (2018) adota o conceito de comunicação governamental como a comunicação exercida entre e para com o Estado, as instâncias de governo e a sociedade. Ou seja, a comunicação governamental é mais restrita que a comunicação pública pois obrigatoriamente tem que ter como um dos atores o Estado ou as instâncias de governo. O foco da comunicação governamental é o repasse de informações à população sobre a posição dos governos e das políticas públicas, com o objetivo de gerar algum tipo de argumentação para o uso nos espaços de diálogo e participação, bem como legitimar a ação política e criar o consentimento público (CEZAR, 2018; MORENO MANZO; NAVARRO CHÁVEZ, 2019).

Ainda sobre o conceito de comunicação governamental, para Mori *et al.* (2020), o termo é usado para descrever as atividades de comunicação apolíticas e apartidárias dos governos sobre políticas, atividades institucionais e serviços e pode ocorrer por meio dos canais físico e virtual, sendo o primeiro mais tradicional e o segundo mais recente e que atualmente ocorre por meio de comunicação na web.

Em uma comunicação governamental tradicional, hierarquizada, as linhas entre a comunicação interna e externa, entre o centro e a periferia e entre o formal e o informal são institucionalizadas e protegidas nas práticas cotidianas dos governos, aplicadas para lidar com questões categoricamente definidas, em vez de complexidades transversais que exigem diversas fontes de conhecimento e contribuição (PAN, 2020). Além destas características supracitadas, são também características da comunicação governamental tradicional os procedimentos administrativos em linha com a natureza burocrática dos governos e um número limitado de *gatekeepers*<sup>1</sup> com limites definidos e processos internos para tratamento da comunicação, como sites institucionais e escritórios de relações públicas (MORI *et al.*, 2020).

Ao contrário, uma comunicação governamental ágil deve buscar, além da transparência, tornar o cidadão muito mais informado e envolvido na vida pública (MORI *et al.*, 2020). Para tal, a imparcialidade é considerada um aspecto relevante na comunicação governamental e se associa à *accountability* para contribuir para a governança pública (BARBERA; BORGONOV; STECCOLINI, 2016).

---

<sup>1</sup> Portas de entradas e saídas de informação, em uma tradução livre.

Em pesquisa sobre reputação do governo, entendida como a avaliação coletiva dos *stakeholders* em relação a um governo, Moreno Manzo e Navarro Chávez (2019) identificaram que a comunicação governamental é a dimensão mais valiosa que compõe a reputação de um governo, assim, entendem ser vital que os governos valorizem a comunicação governamental e adotem uma estratégia integrada com os valores, a missão e visão do governo e levem em consideração na tomada de decisões os diferentes grupos de *stakeholders*, tanto aqueles que estão na cidade quanto as partes interessadas de outros lugares.

Na próxima seção é abordada a comunicação governamental em nível municipal.

### 2.3.3 Comunicação governamental em nível municipal

De forma mais específica, a esta pesquisa importa a comunicação que tem origem nos governos executivos das cidades, a Prefeitura Municipal. Pesquisas contemporâneas sobre comunicação governamental, em sua maioria, examinam aspectos de mídia cuja ênfase está nos principais líderes e governos nacionais (AKHMAD, 2020).

A proximidade dos governos locais implica uma maior capacidade de gerar relações de confiança com os cidadãos e nesse sentido a comunicação governamental local adquire um papel fundamental na interação das organizações municipais com seus públicos (PARICIO-ESTEBAN et al., 2020). Assim, a comunicação municipal encontra-se diante de um quadro em que a população demanda cada vez mais informações por diferentes meios de comunicação e participação (LIUTA; MERSHCHII, 2020).

A comunicação governamental possui diferentes dimensões como comunicação interna – dentro do governo, comunicação externa e relações públicas, valorização da marca da cidade – *branding*, inovação nos mecanismos de informação e ouvir e agir de acordo com as demandas dos cidadãos (MORENO MANZO; NAVARRO CHÁVEZ, 2019).

A comunicação governamental local trata de quatro aspectos que podem ser vistos em uma escala crescente de participação: o primeiro aspecto é o de divulgação que visa contribuir para uma melhor transparência dos resultados do



governo; o segundo aspecto é a neutralidade, essencial para o cidadão entenda a comunicação não como uma propaganda do governo; o terceiro aspecto é a participação, no sentido de fortalecer a participação das partes interessadas; e o quarto aspecto é a capacidade da comunicação governamental impactar os cidadãos a ponto de influir na tomada de decisões governamentais (BARBERA; BORGONOVÍ; STECCOLINI, 2016).

No âmbito do governo municipal, as unidades responsáveis pela comunicação passaram por uma reestruturação já que tiveram que superar o papel de relacionamento com os meios de comunicação tradicionais para entender o cidadão como epicentro das ações do governo local e incorporar o surgimento de novas tecnologias, novas funcionalidades, novas funções profissionais em um contexto de profunda dependência de integração com as estruturas horizontais e verticais que compõem o governo local (CAMPILLO-ALHAMA; MARTÍNEZ-SALA, 2017).

## **2.4 Mídias sociais, governança pública e comunicação governamental**

A quarta seção deste capítulo busca relacionar os dois temas tratados anteriormente – governança pública e comunicação governamental acrescentando à discussão o papel das tecnologias de informação, em especial as mídias sociais. Para tal, esta seção é composta por três subseções: na primeira é apresentado uma análise comparativa dos mapeamentos sistemáticos de governança pública e comunicação governamental; na segunda seção, é relatada uma revisão sistemática sobre mídias sociais e governança pública; e na terceira seção é estabelecida a relação entre governança pública, comunicação governamental e mídias sociais no contexto da cidade.

### **2.4.1 Análise comparativa dos mapeamentos sistemáticos de governança pública e comunicação governamental**

A produção total da área de governança pública é consideravelmente maior que a produção em comunicação governamental (708 e 257 artigos,

respectivamente). No entanto, ambas as áreas apresentam número consistentes ano a ano e com tendência de crescimento.

Em relação aos países, a área de governança pública tem um maior número de países pesquisando sobre a temática do que a comunicação governamental (67 e 46 países, respectivamente). Os países que mais produzem artigos em ambas as áreas são bastante semelhantes – Estados Unidos, Reino Unido, Austrália, Brasil, China e Itália aparecem entre os 10 maiores em ambas as áreas. Quanto se trata de citação de artigos, pode-se observar o mesmo fenômeno – um predomínio dos mesmos países em ambas as áreas - Estados Unidos, Reino Unido, China, Austrália, Países Baixos e Itália – aparecem entre os 10 países com maior número de citações em ambas as temáticas, enquanto Espanha aparece em relação às citações embora não conste como maior produtora de artigos. Já em relação à colaboração entre autores de países diferentes, nota-se uma grande diferença entre governança pública e comunicação governamental – enquanto a primeira apresenta maior colaboração entre países (75 e 37, respectivamente) também apresenta um fluxo mais consistente de colaboração entre diversos países e continentes, enquanto a segunda área de pesquisa tem um fluxo de colaboração menos consistente.

Em relação aos autores não se observou entre os mais produtivos autores que transitam em ambas as áreas. Da mesma forma, entre os artigos mais citados também não se observou artigos que contemplem tanto governança pública quanto comunicação governamental, assim como não foram observadas interseções entre as principais revistas de cada área.

As palavras-chave indicam a relação entre as áreas com temas em comum como políticas públicas, governo e opinião pública, embora as palavras-chave de comunicação governamental tenham sido formadas a maioria em torno do assunto da COVID-19. As referências mais utilizadas em ambas as áreas são diferentes, porém compartilham um autor: Hood (1991) é citado em governança pública pela discussão sobre o paradigma da NPM e Hood (2011) pela abordagem da culpa não assumida pelos governos diante de fatos negativos.

#### 2.4.2 Revisão sistemática da literatura: mídias sociais e governança pública

Para melhor entender o relacionamento entre mídias sociais e governança pública foi feito, em 2020, uma revisão sistemática da literatura publicada em Silva (2021) e na presente tese atualiza-se este procedimento com base em pesquisa feita em 2023. Uma revisão sistemática da literatura é um estudo secundário, baseado na análise de pesquisas anteriores, utilizado para encontrar, avaliar e agregar criticamente todos os trabalhos de pesquisa relevantes frente a uma questão de pesquisa específica ou tema de pesquisa (KITCHENHAM; BUDGEN; BRERETON, 2010). A revisão sistemática da literatura pode levar ao desenvolvimento de uma nova teoria, uma generalização mais ampla ou uma interpretação para ampliar a compreensão de um fenômeno em particular e teve início na área médica (GRANT; BOOTH, 2009).

A revisão sistemática da literatura exhibe, dentre outras, as seguintes características que a difere do mapeamento sistemático: (i) questão de pesquisa específica, que busca entender os resultados de estudos empíricos e as metodologias utilizadas; (ii) processo de pesquisa por questão de pesquisa; (iii) aplicação rigorosa de critérios de inclusão e exclusão; (iv) avaliação de qualidade dos artigos encontrados; e (v) resultados buscam responder à questão de pesquisa (KITCHENHAM; BUDGEN; BRERETON, 2010).

A revisão sistemática da literatura segue etapas em um protocolo definido, independentemente da disciplina que a utiliza e objetiva conferir maior rigor e robustez na escolha da literatura a ser estudada de forma a ser imparcial, rigorosa e auditável (GOMES; OSBORNE; GUARNIERI, 2020). Para a condução da revisão sistemática da literatura adotou-se o protocolo proposto na ferramenta StArt – *State of the Art through Systematic Review*, que contempla todas as fases da revisão sistemática (FABBRI et al., 2016), conforme Quadro 8.

##### **Quadro 8 - Protocolo da revisão sistemática da literatura governança pública e mídias sociais**

<b>Descrição:</b> Esta revisão sistemática busca identificar o estado da arte da produção em sobre mídias sociais e governança pública.
<b>Objetivo:</b> Identificar o estado da arte da produção em sobre mídias sociais e governança pública. Identificar os métodos, técnicas e modelos existentes de análise da produção sobre mídias sociais e governança pública.
<b>Questão principal:</b> Quais são os métodos, as técnicas e os modelos existentes utilizados nos estudos sobre mídias sociais e governança pública?
<b>Palavras-chave e sinônimos:</b> <i>Social Media e Public governance.</i>
<b>Critérios de definição de seleção de fontes:</b> Disponibilidade de consulta de artigos por meio eletrônico, presença de mecanismos de busca por meio de palavras-chave e cobertura em ciências

sociais aplicadas.
<b>Métodos de pesquisa nas fontes:</b> Confecção de <i>string</i> e submissão às máquinas de busca. <i>String</i> : “ <i>social media</i> ” AND “ <i>public governance</i> ” e sinônimos em português.
<b>Lista de fontes:</b> Scopus; WoS; Dimensions, Redalyc e SciELO.
<b>Critérios de seleção de estudos:</b> <b>Exclusão:</b> (a) serão excluídos trabalhos não revisados pelos pares (editorial, conferências, livros, capítulos de livros, <i>proceeding papers</i> ) (b) após leitura do título e resumo, serão excluídos artigos que não tratem sobre uso de mídias sociais para a governança pública; (c) após leitura do texto integral, serão excluídos artigos que não tratem sobre uso de mídias sociais para a governança pública; <b>Inclusão:</b> (a) após leitura do texto integral, serão incluídos artigos que tratem sobre uso de mídias sociais para a governança pública;
<b>Formulários para extração de dados:</b> - País de origem; - Objetivo do trabalho; - Ferramentas analisadas; - Métodos e técnicas empregadas; - Trabalhos futuros.

Fonte: Autoria própria (2023)

A condução da revisão sistemática ocorreu em 2023 com base nos resultados obtidos no levantamento bibliométrico para comprovação do ineditismo e originalidade da pesquisa – Tabela 1: Na Scopus, foram encontrados 12 documentos, na WoS 13 documentos, na Dimensions 20 documentos, na Redalyc 83 documentos e na SciELO foram 2 documentos encontrados, totalizando 130 documentos.

Após eliminação dos documentos duplicados (17 documentos), foram aplicados os critérios de seleção de estudos descritos no Quadro 8: critério de exclusão (a) – 1 documento; critério de exclusão (b) – 83 documentos; resultando em 29 artigos. Destes, aplicou-se o critério de exclusão (c) – 13 documentos, restando assim 16 documentos para inclusão desta revisão sistemática de literatura que atendem o critério de inclusão (a).

Em relação ao ano de publicação destes documentos, em 2018 foram 5 artigos, em 2019 foram 3 artigos, em 2020 apenas 1 artigo, em 2021 foram 4 artigos e, por fim, foram 3 artigos em 2022. Na sequência é apresentado um resumo de cada um dos artigos, em ordem cronológica de publicação, abordando os itens do formulário de extração da revisão sistemática.

O primeiro artigo de 2018 é de Mačiulienė (2018), publicado na revista suíça *Systems*, que busca, tendo como lócus de estudo a Lituânia, identificar os elementos-chave da criação compartilhada – cocriação digital para espaços públicos e comunidades e propor uma tipologia de modelos de colaboração entre lugares,

tecnologia e pessoas. A autora argumenta que cada vez mais a comunicação digital, as mídias sociais e as redes de computação colocam os usuários finais no centro dos processos de inovação, transferindo assim a ênfase das tecnologias para as pessoas. Nesse sentido, no setor público essas mudanças foram conceituadas por intermédio dos paradigmas da Nova Governança Pública e Governo Aberto em que se entende que o valor público não é mais criado apenas pelos governos, mas em colaboração entre os entes públicos, setor privado, organizações da sociedade civil e cidadãos. O artigo enfoca no potencial crescente das comunidades urbanas em rede para resolver os problemas sociais, tomando a cocriação como campo de pesquisa.

Em relação ao método, foi criada uma tipologia própria de análise - modelos de colaboração entre lugares, tecnologia e pessoas – semelhante a um formulário de observação. Foram escolhidos como amostra 10 aplicativos digitais ligados ao design e melhoria de espaços públicos na Lituânia. Os resultados permitem discernir como diferentes fatores tecnológicos, organizacionais e outros fatores sociais influenciam e moldam os padrões de iniciativas cocriativas (MAČIULIENĖ, 2018).

Na sequência, o artigo de Bonsón, Royo e Cambra (2018) publicado na venezuelana *Revista del CLAD Reforma y Democracia* objetivou demonstrar o uso de várias métricas e metodologias para analisar a utilização do Facebook, tanto por municípios quanto por cidadãos, no contexto da governança pública, visando: (i) oferecer um panorama do uso dessa rede social pelos municípios analisados; (ii) analisar o uso das páginas municipais do Facebook pelos cidadãos; estudar se há relação entre os níveis de atividade dos municípios e os níveis de monitoramento e interação dos cidadãos; e (iv) contrastar se a participação dos cidadãos depende do tema e do tipo de publicação. A metodologia desenvolvida para a pesquisa consiste em métricas próprias para medição de engajamento no Facebook a partir de três construtos: popularidade (relacionado às curtidas), compromisso (relacionado aos comentários) e viralidade (relacionado aos compartilhamentos). O tratamento dos dados foi estatístico.

Os resultados indicaram que é necessária uma estratégia de uso das mídias sociais para melhorar a interação com os cidadãos, tendo em vista que, da amostra estudada, um número considerável dos municípios não usa o Facebook para se comunicar com os cidadãos e os que utilizam atingem apenas níveis modestos de monitoramento e interação, não fazendo uso das mídias e conteúdo que geram mais

impacto nos usuários. Como estudos futuros, propõe-se a apreciação da influência do contexto organizacional e institucional nos níveis de participação cidadã, analisando o tom dos comentários publicados pelos cidadãos ou o impacto final dos comentários e contribuições dos cidadãos na elaboração e implementação de políticas públicas (BONSÓN; ROYO; CAMBRA, 2018).

O artigo de Cezar (2018) foi publicado na Revista de Administração Pública – Brasil e apresentou um modelo de comunicação governamental de políticas públicas, no contexto da NPM e da Governança Pública, que fora aplicado à Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). O modelo proposto é composto de três parâmetros: publicização, formalização e operacionalização, sendo que as mídias sociais fazem parte deste último. A metodologia foi o teste do modelo com base em entrevistas com atores da PNRS em termo de Ministério, que seriam os formuladores da política e atores municipais que seriam os receptores da comunicação, além de documentos públicos. A análise dos dados coletados foi por meio da análise de conteúdo. Tendo em vista que o foco do estudo recaiu sobre a comunicação do governo federal com os governos municipais, sugere-se como estudo futuro investigações sobre a participação popular nas políticas públicas por meio da comunicação governamental.

Ainda em 2018, Gawłowski (2018) publicou na revista polonesa *Zarządzanie Publiczne* (Governança Pública, *tradução nossa*) uma revisão de literatura que buscou responder a três questões: (i) quais são os fatores que influenciam a coprodução de serviços públicos e se têm surgido novos serviços nos últimos anos; (ii) como definir a coprodução de serviços públicos; e (iii) quais são as oportunidades e ameaças para a coprodução e como elas mudaram nos últimos anos. Para o autor, a coprodução é um tipo particular de cooperação entre o setor público e representantes do setor privado ou do setor não governamental inspirada na ação ascendente para a prestação de serviços públicos, que é de natureza a longo prazo e resulta na criação de bens públicos para além das atividades normais da administração pública. Em relação às mídias sociais, o artigo identificou que o uso das mídias sociais pelos cidadãos aumentou sua probabilidade de participar da prestação do serviço público e sugere a realização de pesquisas sobre o engajamento dos cidadãos por meio das mídias sociais para a coprodução de serviços públicos.

O último artigo de 2018 é dos autores Qi *et al.* (2018) foi publicado na revista *International Journal of Crowd Science* – Reino e, por meio de um mapeamento científico sistemático, objetivou identificar o estado da arte dos estudos sobre e-participação, ou participação eletrônica, que surge devido à crescente demanda por serviços públicos como uma nova forma de governança pública. Uma das conclusões do estudo é que a participação eletrônica por meio das mídias sociais está gradualmente se tornando o foco da pesquisa na área de participação eletrônica, considerando os efeitos de implementação das mídias sociais na participação cidadã e até que ponto se pode considerar as mídias sociais como um fórum de deliberação mediante o estudo das formas e dos níveis de interação entre governos e cidadãos.

Em 2019, em artigo publicado na revista *Internet Research* – Reino Unido, Sideri *et al.* (2019) examinaram os pontos de vista das lideranças educacionais gregas sobre o uso potencial das mídias sociais para a tomada de decisão participativa. Os autores entendem que embora as mídias sociais sejam hoje em dia utilizadas no quadro da governança pública para garantir a maior participação dos cidadãos e, conseqüentemente, aprimorar o diálogo eletrônico e a democracia eletrônica, esta utilização ainda não foi ampliada no campo da educação. Assim, para atingir o objetivo do artigo e identificar se o modelo de participação eletrônica poderia ser implementado no campo da educação grega assim como o é outros domínios públicos, a pesquisa se utilizou de um questionário que foi respondido por lideranças das organizacionais educacionais. O tratamento dos dados foi quantitativo. Como resultado, o artigo revelou a visão positiva dos líderes educacionais gregos sobre os efeitos potenciais do uso da mídia social nos processos de tomada de decisão participativa, bem como destacou os benefícios esperados e os problemas a serem enfrentados.

O segundo artigo publicado em 2019, de Iasulaitis *et al.* (2019) foi publicado na *Revista de Administração Pública* – Brasil e abordou o Orçamento Participativo Digital – OPD. O objetivo foi analisar as plataformas de OPD buscando identificar seu modelo de interatividade. A pesquisa contemplou plataformas de OPD de municípios da América do Sul, América do Norte e Europa. Foram utilizadas múltiplas técnicas de coleta e análise de dados – experimentação, coleta de dados e análise de conteúdo em perspectiva comparada. Como resultado da pesquisa, foi identificada a utilização de mídias sociais em apoio ao OPD: o Twitter foi empregado

nos projetos de Nova York, Madrid, Paris, Rosario e Porto Alegre; o Facebook foi utilizado em Nova York, Madrid, Paris, Rosario, Reykjavík, Belo Horizonte e Porto Alegre. De forma geral, o uso de mídias sociais buscou a convergência entre *website* e perfis em redes sociais para divulgar o processo de orçamento participativo e criar engajamento com o orçamento participativo por meio das plataformas de redes sociais digitais.

O último artigo de 2019 é de Graaf e Meijer (2019), publicado na *Public Administration Review* – Reino Unido no qual os autores buscaram entender sobre uso de mídia social e conflitos de valor na Holanda. Para os autores, o uso das mídias sociais produz novos conflitos de valores na governança pública e a polícia é uma organização pública que se confronta diretamente com essas mudanças. Dessa forma, por não haver uma compreensão sistemática desses conflitos na prática policial diária ou das estratégias de enfrentamento utilizadas, o artigo apresentou uma compreensão exploratória dos conflitos de valor e estratégias de enfrentamento dentro da força policial, combinando a literatura sobre o uso de mídia social no setor público e a literatura sobre conflitos de valor e conduzindo um estudo de caso dentro da polícia holandesa. Os autores se utilizaram de entrevistas semiestruturadas. As descobertas do artigo foram: (i) revelar uma ênfase crescente nos conflitos relacionados aos valores fortemente incorporados ao uso da mídia social - especificamente, conflitos entre eficiência e participação e entre transparência e legalidade; e (ii) que a polícia holandesa costuma usar uma estratégia de enfrentamento conservadora para lidar com essas mudanças rápidas.

O único artigo de 2020 é de Oltra e Verdú (2020), foi publicado na revista espanhola *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural* e descreveu o desenvolvimento do governo eletrônico nos municípios que compõem a Comunidade Valenciana, na Espanha, bem como explorou o papel das mídias sociais neste contexto. A metodologia da pesquisa foi a observação direta nos portais e a exploração de postagens no Facebook dos municípios e posterior análise de conteúdo. As categorias de análise do conteúdo das mídias sociais foram: cultura e esporte; identidade local; economia local; política local; planejamento urbano, governo aberto; e outros serviços. Os principais achados da pesquisa foram: (i) a dimensão da população determina diferentes desenvolvimentos da administração pública local – quanto menor a cidade mais tardio é o desenvolvimento do governo eletrônico; (ii) a ajuda das administrações de nível superior permitiu mitigar os



efeitos da exclusão digital em cidades pequenas; (iii) há menor presença de sites de transparência em municípios menores; (iv) as contas municipais no Facebook, mais do que incentivar a participação política, refletem uma crônica do cotidiano local; (v) a dimensão simbólica e identitária do governo eletrônico local é implantada por meio das mídias sociais.

Este último aspecto, dimensão simbólica e identitária do governo local, se refere à capacidade dos meios institucionais de representar os cidadãos. No contexto local, é contrastada a informação utilitarista e referencial (informações sobre gestão, transparência, serviços e transações) com a informação simbólica e de identidade, entendidos como uma projeção sociocultural coletiva que estimula no público a capacidade de, a partir do conteúdo informativo, ter um autorreconhecimento (lugares, atividades, celebrações, pessoas), com repercussões importantes relacionadas ao sentimento de pertencimento e coesão comunitária. Como estudos futuros, os autores sugerem a investigação e análise sistemática do conteúdo dos comentários às postagens institucionais e um estudo de recepção, para analisar como eles são utilizados e quais possibilidades de envolvimento na política os próprios cidadãos percebem (OLTRA; VERDÚ, 2020)

Em 2021, o primeiro artigo foi publicado na revista polonesa *Forum Scientiae Oeconomia* dos autores Vaitkienė, Juknevičienė e Poškuvienė (2021) e objetivou investigar como as redes sociais podem ser empregadas para o engajamento dos cidadãos no âmbito do governo local, melhorando a governança pública. A pesquisa foi em um município da Lituânia e pesquisou exclusivamente o Facebook. Os métodos de coleta de dados foram entrevistas semiestruturadas com um grupo de vereadores e o mapeamento das publicações destes mesmos vereadores. O método de análise dos dados foi a análise de conteúdo.

O conteúdo das redes sociais revelou oportunidades de expressão de iniciativas de participação política e de engajamento do cidadão. As principais dimensões do uso das redes sociais no contexto da interação entre os vereadores e os cidadãos: informação e comunicação; poder e influência; construção de confiança; custos de manutenção; confidencialidade; e ética e responsabilidade. As contas dos vereadores foram utilizadas majoritariamente para a divulgação de informações e receberam muito retorno dos cidadãos e nem sempre foram respondidas em tempo hábil. Observou-se pouco engajamento no processo

decisório do município por esse canal (VAITKIENĖ; JUKNEVIČIENĖ; POŠKUVIENĖ, 2021).

No mesmo ano, os autores Santos e Souza (2021) publicaram na Revista de Administração Pública – Brasil um artigo que teve por objetivo identificar o perfil e a evolução do campo de estudos na área de *e-government*, governo eletrônico, no período de 1992 a 2018. O método de pesquisa foi o mapeamento científico sistemático. Para os autores, o *e-gov* é uma estratégia de governança pública. As mídias sociais se destacaram como uma das temáticas recentes dentro da área de estudo do *e-gov*, considerando os diferentes níveis de gestão – federal, estadual e municipal – visando à interação, a participação e o engajamento dos cidadãos em questões de governo. O estudo sugere pesquisas futuras sobre como os governos usam redes sociais, como Twitter e Facebook; como as mídias sociais complementam os serviços de *e-gov*; e quais mídias sociais melhor se adaptam aos diferentes tipos de serviço de *e-gov* oferecidos.

Ainda em 2021, os autores Franz, Andreoli e Silva (2021) publicaram na revista chilena *Eure* um artigo que buscou investigar os efeitos de práticas participativas de gestão e governança das administrações públicas no desenvolvimento sustentável de pequenas cidades turísticas brasileiras: Bombinhas, Ilhabela, Cairu, Caldas Novas e Mateiros. O desenho da pesquisa foi de estudo de casos múltiplos e as técnicas foram de entrevistas semiestruturadas e observação não participante. As cidades de Ilhabela e Cairu estimulam a participação por meio das mídias sociais e assim apresentam maior aderência aos princípios de governança pública. A pesquisa verificou que as práticas de participação social e governança pública na administração das cidades se conectam e se relacionam as dimensões econômica, social e ambiental da sustentabilidade.

O último artigo de 2021 é de Antonenko (2021), publicado na revista ucraniana *Public Administration and National Security* e analisa as mídias sociais como uma linguagem moderna de comunicação e um mecanismo eficaz da administração pública para o contexto da Ucrânia. O artigo elenca como vantagens do uso da mídia social pelo governo na relação com o cidadão: a transparência, o engajamento e a cooperação.

A principal contribuição do estudo é a proposição de cinco indicadores para análise de mídias sociais, mais especificamente o Facebook: (i) índice de transparência: composto pelo número de registros publicados, o número de eventos

anunciados, o número de postagens que incluem multimídia (fotos, vídeo, áudio); (ii) índice de engajamento: número de postagens deixadas pelos usuários na página oficial; (iii) índice de cooperação: número de postagens que exigem a participação dos cidadãos e número de postagens que exigem que as partes interessadas cocriem; (iv) índice de conforto: número de postagens contendo links para site do órgão público, número de publicações que possuem links para sites externos, número de redirecionamentos do Facebook para o site do órgão público; e (v) indicador de comunicação bem-sucedida: número de curtidas, comentários, compartilhamentos e respostas em relação ao número de seguidores (ANTONENKO, 2021).

Em 2022 foram publicados três artigos que relacionam governança pública e mídias sociais, sendo que o primeiro, já mencionado nesta tese, de Nakazato, Silva e Vicentin (2022) foi publicado na revista brasileira *Navus – Revista de Gestão e Tecnologia* e analisou o uso de mídias sociais para comunicação dos princípios de governança pública pelos governos das capitais mundiais tidas como *big cities* – cidades com mais de um milhão de pessoas. O método de coleta de dados foi a utilização de formulário próprio que foi aplicado no Facebook, Twitter, Youtube e Instagram. Foi verificado que é escassa a comunicação dos princípios de governança pública sendo os principais conteúdos veiculados pelas Prefeituras nas mídias sociais voltados ao turismo e às notícias municipais. Não se vislumbrou a abertura de diálogos com a população por meio das mídias sociais.

O segundo artigo de 2022, dos autores Grossi e Argento (2022) foi publicado na *Accounting, Auditing & Accountability Journal* (proveniente do Reino Unido). O objetivo do artigo foi analisar como as diversas formas de governança pública induzem mudanças na contabilidade pública. O método utilizado no artigo foi a revisão sistemática. Os autores trabalharam com três tipos de governança: (i) em rede – múltiplas organizações; (ii) colaborativa – esforços do governo para envolver os cidadãos e demais partes interessadas; e (iii) digital – benefícios das ferramentas e soluções digitais. Embora não tenha sido analisada uma rede social específica, os autores identificaram que as mídias sociais estão presentes nos tipos de governança estudados e trazem implicações à contabilidade pública nos quesitos accountability, orçamento e elaboração de relatórios.

O último artigo da revisão sistemática é de Redchuk (2022), foi publicado na revista ucraniana *Scientific Notes of Taurida V.I. Vernadsky University* e destaca as

peculiaridades do uso das redes sociais na administração pública. As mídias sociais são retratadas como um dos canais de comunicação modernos mais eficazes de acordo com a relação custo-benefício pois cobrem um público amplo e permitem rápido *feedback* para a administração pública além da possibilidade de criação de uma imagem positiva.

Na Ucrânia, as redes sociais mais utilizadas pelos órgãos da administração pública nacional são o Facebook, Instagram e Twitter, contudo, nem todos os órgãos da administração pública nacional as utilizam como um canal de comunicação eficaz, apesar de suas amplas possibilidades. Nesse sentido, os autores listam 7 recomendações para o uso das mídias sociais pela administração pública: (i) presença: estar presente nas várias redes sociais; (ii) utilidade do conteúdo: útil para o cidadão; (iii) formato do conteúdo: relevante, interessante e único; (iv) comunicação ativa: interesse na opinião dos usuários e realização constante de diálogo; (v) estratégia: elaboração de planejamento para as mídias sociais; (vi) realização de testes: experimentar novas abordagens, conteúdos e estratégias; (vii) acompanhamento dos resultados: analisar os resultados obtidos na comunicação por mídias sociais (REDCHUK, 2022).

O conjunto de artigos analisados na revisão sistemática permitiu identificar como a relação entre governança pública e mídias sociais tem sido estudada nas pesquisas mais recentes e embasou a metodologia da presente tese. Na próxima seção, acrescenta-se a comunicação governamental na relação entre governança pública e mídias sociais e aborda-se os três conceitos na ótica local, da cidade.

#### 2.4.3 Relação entre governança pública, comunicação governamental e mídias sociais no contexto da cidade

Para compreender a relação entre governança pública local, comunicação governamental municipal e mídias sociais, faz-se necessário inicialmente compreender o impacto da Internet e das tecnologias de informação e comunicação sobre os governos.

A Internet se popularizou como meio de comunicação no início dos anos 1990 e trouxe consigo mudanças profundas na sociedade que impactaram fortemente nas relações sociais em função do processo de comunicação mediado pelo computador (NASCIMENTO, 2013). Na Internet, novas formas de interação

social são possíveis e novas formas de rede cidadão-cidadão, governo-cidadão e governo-governo são estabelecidas e alteram a comunicação governamental (PAN, 2020).

Na esfera pública, o processo de transformação digital iniciou mais tarde do que na esfera privada e trouxe consigo um otimismo de que a mídia digital constitui uma força libertadora, capaz de superar as fronteiras da comunicação governamental e apoiar a transparência, a participação pública e a colaboração promovendo confiabilidade, qualidade na tomada de decisões e serviços públicos eficientes, contudo, a relação entre o antigo e o novo se dá de forma complexa e a tendência é de estabilização entre eles, mesmo assim, atualmente, a comunicação digital se reveste de fundamental importância na relação entre administrações e cidadãos (PAN, 2020; PARICIO-ESTEBAN et al., 2020). Desta forma, o desenvolvimento da internet como uma ferramenta em prol do cidadão e da democracia não é inerente ao aparato comunicacional, mas sim fruto da moldagem que recebe da sociedade (SILVA, 2009).

As novas tecnologias da informação e comunicação se revestem como ferramentas valiosas para a viabilização da participação mais ativa do cidadão e interação entre governo e demais atores da governança (NOVELLI, 2006). Segundo Vaz (2009, p. 199), “a tecnologia da informação cria condições para que os governos se disponham a estimular dimensões relevantes para as relações de governança”.

O uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e as escolhas adequadas das opções tecnológicas por parte das instituições podem incrementar a construção da comunicação organizacional (NASCIMENTO, 2013) e, no caso das instituições públicas, aumentar a capacidade do governo de se comunicar e se envolver com o público (ZEEMERING, 2021). Os municípios identificaram a Internet como uma tecnologia útil para a apresentação de sistemas inovadores que buscam aumentar a eficiência e eficácia dos serviços públicos (LEE, 2020).

Contudo, Carniello (2015) entende que somente a mera disponibilização de recursos de tecnologia da informação é insuficiente para garantir amplo acesso à informação e, principalmente, participação cívica. Assim, faz-se necessários dispor de estratégias organizacionais para incorporação das características participativas da Internet a fim de criar um modelo de simetria interativa na comunicação governamental (PARICIO-ESTEBAN et al., 2020).

O potencial de infiltração e onipresença da tecnologia atual, com a utilização ativa de dispositivos e aplicativos móveis, facilitam o monitoramento e a colaboração dos cidadãos para com os governos (REZENDE; PARTEKA, 2018). Essa colaboração, entendida como prática de participação ativa, na Internet, ocorre em proporção maior nas mídias sociais do que nos portais governamentais, que são predominantemente utilizados como ferramentas de práticas de informação (SILVA, 2016).

As mídias sociais, dentro do escopo voltado à comunicação pública, e como descrito na introdução desta proposta de tese, podem ser conceituadas como um conjunto de sites ou aplicativos baseados na Internet que oferecem aos usuários a oportunidade de estabelecer comunicação uns com os outros, bem como produzir conteúdo e construir redes relacionais de interação entre atores do espaço público visando à discussão e resolução de problemas socialmente significativos (VASILENKO; ZOTOV; ZAKHAROVA, 2020). Para a comunicação governamental, o uso de mídias sociais tem por objetivo aumentar a visibilidade do governo, compartilhar dados e percepções sobre os processos de tomada de decisão, para maior transparência e participação, inclusão de todas as partes interessadas e alcance de segmentos anteriormente sub-representados da população (MERGEL; BRETSCHNEIDER, 2013).

Os governos locais foram rápidos em adotar portais governamentais para compartilhar informações passivamente, mas mais lentos para adotar recursos que melhoram o diálogo e a interação com o público e ainda alguns governos municipais permanecem atrasados na adoção de novas tecnologias (PARICIO-ESTEBAN et al., 2020; ZEEMERING, 2021). Por outro lado, as cidades cada vez mais usam mídias sociais como Facebook, Twitter e Instagram para compartilhar informações com o público (MORI et al., 2020; NAKAZATO; SILVA; VICENTIN, 2022; PAN, 2020; VASILENKO; ZOTOV; ZAKHAROVA, 2020; ZEEMERING, 2021).

A comunicação governamental por mídia social apresenta diferenças em relação à comunicação por meio de portais governamentais, conforme demonstra o Quadro 9, embora apresente objetivos semelhantes.

**Quadro 9 - Diferenças e semelhanças entre comunicação governamental por portais e mídias sociais**

<b>Comunicação governamental</b>	<b>Portais governamentais</b>	<b>Mídias sociais</b>
Obrigatoriedade	Tanto obrigatória quanto não obrigatória	Discricionária
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fornecer informações os cidadãos / usuários sobre serviços, políticas, direitos, prerrogativas e obrigações;</li> <li>• Ativar serviços ou canais virtuais para gestão da satisfação do cidadão / usuário;               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrir novos espaços de participação e consulta à comunidade;</li> <li>• Melhorar a transparência administrativa, simplificação e reengenharia organizacional;</li> <li>• Realizar ações de marketing e promoção econômica.</li> </ul> </li> </ul>	
Conteúdo (forma do texto)	Texto completo, longas descrições	Mensagens curtas, fotos, vídeos, postagens em mural, atividades atuais, eventos, widgets, etc.
Destinatários	Todos, mas chega a alguns	Todos e chega a muitos (generalizado)
Como encontrar	Precisa procurar (puxado - <i>pull</i> )	Disseminado pelas redes sociais (empurrado - <i>push</i> )
Estilo de design	Formato técnico ou normativo	Informal; mensagens curtas com pontos essenciais, visual (figuras, vídeos, <i>storytelling</i> , etc.)

**Fonte: Adaptado de Mori et al. (2020, p. 2)**

A partir do Quadro 9, pode-se afirmar que as mídias sociais são canais inovadores que apresentam uma oportunidade de interação diretamente com o público, tem potencial para alterar o ritmo, a velocidade e a frequência da comunicação governamental, criando novos procedimentos ao suportar interações instantâneas, diretas, não discriminatórias, responsivas e rápidas entre o governo e o público ou entre repartições governamentais e podem exercer impacto na comunicação governamental em uma cidade (MERGEL; BRETSCHEIDER, 2013; PAN, 2020).

Enfatizada a relação entre as mídias sociais e a comunicação governamental, destaca-se a relação da governança pública com ambas. A evolução dos modelos de Administração Pública, culminando com o modelo de Governança Pública, forçou a inclusão das partes interessadas em seus processos de decisão e demandou novas ferramentas para a adoção e implementação de políticas públicas (FANELLI; LANZA, 2017). A tecnologia constitui um elemento da governança pública e é cada vez mais considerada pelos municípios para melhorar a qualidade do serviço público, a participação no governo visando maior equidade e a eficiência na prestação de serviços (LEE, 2020). As mudanças na comunicação municipal oriundas das novas tecnologias contribuem para a para a gestão das políticas

públicas a partir de uma perspectiva de governança local (CAMPILLO-ALHAMA; MARTÍNEZ-SALA, 2017; PARICIO-ESTEBAN et al., 2020).

O uso da tecnologia da informação na governança pública pode ser entendido como o processo organizacional socioeconômico de desenvolver as condições ambientais mais preferíveis para atender às necessidades e garantir os direitos dos cidadãos e demais partes interessadas nos serviços da administração pública, com base na promoção e aplicação de recursos de informação como ferramenta de diálogo entre o Estado e a sociedade (GOSHOVSKA et al., 2021).

Em pesquisa em cidades da África do Sul, Taylor, Draai e Jakoet-Salie (2020) observaram que problemas relacionados à comunicação eficaz entre o governo local e os cidadãos impactaram negativamente na governança pública local pois acarreta baixa participação pública, tendência de baixos níveis de confiança no governo e aumento de protestos em face da prestação de serviços públicos. Desta forma, a comunicação pode colaborar com a governança local ao conscientizar os cidadãos sobre a disponibilidade e o uso dos recursos públicos e fornecendo subsídios para a participação no processo político (BARBERA; BORGONOV; STECCOLINI, 2016).

A comunicação governamental influencia a participação pública e, sem esta, a governança resta prejudicada e têm-se terreno fértil para a má-administração, fraudes e corrupção generalizada (TAYLOR; DRAAI; JAKOET-SALIE, 2020). A ideia da bidirecionalidade que deve nortear a comunicação pública, que se fortalece com a adoção de novos instrumentos comunicativos, surgidos das novas tecnologias e que permitem maior transparência e podem facilitar a participação, a parceria e um papel mais ativo dos cidadãos facilita a governança pública (PARICIO-ESTEBAN et al., 2020).

Dessa forma, as mídias sociais denotam ser o campo mais conveniente para elaboração de um modelo de comunicação pública, a partir da concepção aqui trazida, no contexto da governança pública. Mergel e Bretschneider (2013) detalham a adoção de mídias sociais por entes públicos em três etapas sequenciais: (i) experimentação; (ii) coordenação; e (iii) institucionalização e normatização.

A primeira etapa da adoção de mídias sociais, experimentação, ocorre a partir do momento que alguns poucos departamentos da Prefeitura passam a utilizar determinada mídia social para divulgação do próprio departamento. São características dessa etapa: criação de contas gratuitas na mídia social sem



necessariamente aprovação dos departamentos de tecnologia da informação (TI); uso sem normas ou padrões existentes; nenhum investimento adicional em equipamento de tecnologia da informação; divulgação entre círculo de usuários do próprio departamento, bem como por meio de contas pessoais dos funcionários do departamento; tarefas de manutenção adicionadas instintivamente por um ou alguns funcionários do departamento; adoção *down-top* sem necessariamente aprovação da autoridade máxima da pasta ao qual o departamento se vincula (MERGEL; BRETSCHNEIDER, 2013).

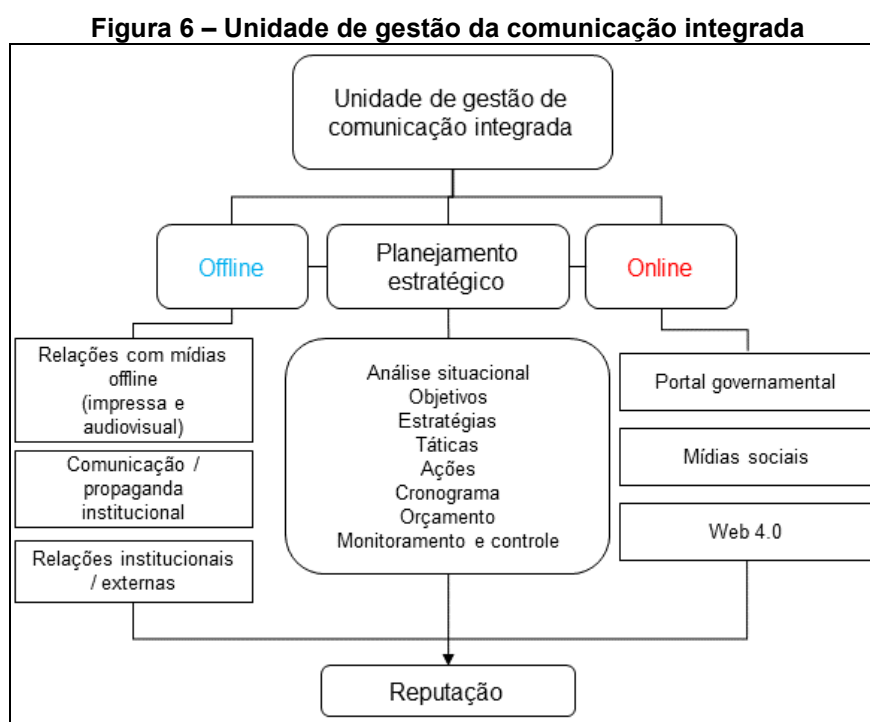
Como consequência negativa da experimentação, dada a relativa informalidade em que acontece, é a possível ocorrência de diversos experimentos em locais diferentes e potencialmente desconectados, já que os departamentos configuram e alimentam suas próprias contas na mídia social sem coordenação por parte da unidade de comunicação do ente público, podendo ocorrer duplicação de conteúdo, incerteza de posicionamento oficial, uso errada da marca, entre outros (MERGEL; BRETSCHNEIDER, 2013).

A segunda etapa de adoção é denominada de coordenação. Diante da proliferação do uso de determinada mídia social pelos departamentos, surgem práticas diferentes e públicos sobrepostos e aumenta a necessidade de consolidação de esforços. A necessidade de coordenação pode aumentar quando um departamento posta algum conteúdo que recebe cobertura negativa da imprensa ou reação do público da mídia social. Diante disso, os funcionários de departamento que se utilizam de mídia social começam a adotar padrões, ainda informais, atentar-se para a forma de utilização da mídia social por outros departamentos, descrever as melhores práticas, entre outros. Muitas vezes a coordenação é capitaneada pela unidade de comunicação do ente público e passa a receber recursos financeiros ou na forma de mão de obra e treinamento de pessoal-chave (MERGEL; BRETSCHNEIDER, 2013).

A última etapa da adoção de mídias sociais pelo ente público é a institucionalização e normatização. Trata-se do estabelecimento de diretrizes claras para o uso das mídias sociais em toda a Prefeitura, por meio de uma estratégia oficial, documentada e aprovada como norma no âmbito do governo municipal. Essas normas podem fornecer um contexto geral na forma de interação com o público ou orientações detalhadas; podem ainda estabelecer padrões para a produção de informações, bem como descrever processos de programação diárias

de postagem de conteúdo, estabelecimento de métricas, processos de verificação de informações e direitos de propriedade intelectual e em algumas situações podem até incluir padrões para o uso privado de contas pessoais de mídia social dos funcionários em relação à assuntos vinculados à Prefeitura (MERGEL; BRETSCHNEIDER, 2013).

Em um modelo que aborda a integração da comunicação governamental por mídias sociais, Campillo-Alhama e Martínez-Sala (2017) levam em conta o enfoque administrativo baseado na governança pública local fazendo a ligação das duas teorias em que se baseiam este estudo por meio da participação. A integração tem por base o plano estratégico municipal, composto por objetivos estratégicos, que por sua vez podem ser operacionalizados em linhas estratégicas que tratam das temáticas municipais. O papel integrador de uma unidade de gestão da comunicação integrada neste modelo é ilustrado pelo Figura 6.



Fonte: Adaptado de Campillo-Alhama e Martínez-Sala (2017)

No modelo proposto, as partes interessadas, sejam entidades ou indivíduos, participam ativamente do desenho e implementação das linhas estratégicas caracterizando uma efetiva governança pública municipal. A unidade de gestão de comunicação integrada, Figura 6, a partir do seu planejamento estratégico, trabalha com duas estratégias – online e off-line. Enquanto a primeira se caracteriza pelo fluxo bidirecional e multidirecional, a segunda é basicamente unidirecional.

As autoras desse modelo buscam integrar as estratégias da unidade de gestão de comunicação integrada, visando que a estratégia off-line fortaleça a eficácia da estratégia online, em síntese, busca tanto se relacionar com os meios de comunicação tradicionais, seja para divulgação de eventos, atos oficiais, convites à participação quanto busca gerir de forma mais eficaz as relações institucionais através da interação permanente com os cidadãos, que é viabilizada pelas mídias digitais, em especial pelas mídias sociais. Espera-se que a integração resulte em uma boa reputação da comunicação governamental junto à sociedade (CAMPILLO-ALHAMA; MARTÍNEZ-SALA, 2017).

Quanto ao conteúdo comunicado pelos governos locais por intermédio das mídias sociais, Mergel (2013) propôs uma estrutura para interpretar as interações nas mídias sociais baseadas em três práticas de comunicação: unidirecional (*one way – push*), bidirecional (*two way – pull*) e em rede (*networking*). Em Silva (2016) foram analisadas as mídias sociais em três categorias de fluxo de comunicação: (i) práticas de informação (disseminação de informação – modelo de mão única); (ii) práticas de consulta (solicita opinião/feedback – modelo de mão dupla); e (iii) práticas de participação ativa. Cada uma destas categorias estaria relacionada a um objetivo democrático: transparência (unidirecional / práticas de informação), participação (bidirecional / práticas de consulta) e colaboração (rede / práticas de participação ativa).

Mais recentemente, em pesquisa conduzida em diversos governos locais dos Estados Unidos, DePaula, Dincelli e Harrison (2018), revisitaram estas três práticas de comunicação, ressignificando e acrescentando uma quarta: (i) 'prestação de informações': relacionadas à prática unidirecional / de informação; (ii) 'busca de insumos': relaciona-se à prática bidirecional / de consulta; (iii) 'diálogo online e interação off-line': relaciona-se à prática em rede / de participação ativa; e (iv) apresentação simbólica: não tem relação com as categorias anteriormente estudadas.

Adicionalmente, os autores identificaram as categorias de conteúdo da comunicação governamental e os relacionaram com as práticas de comunicação, conforme Quadro 10.

**Quadro 10 - Tipos de comunicação e categorias de conteúdo da comunicação governamental**

<b>Tipos de Comunicação</b>	<b>Categorias de conteúdo</b>
Prestação de informações	<i>Anúncios de serviço público</i> : fornecimento de recomendações para temáticas de interesse público.
	<i>Operações e eventos</i> : conteúdo relacionado às operações, programas e/ou políticas da Unidade, bem como informações sobre eventos.
	<i>Compartilhamento social</i> : fornecimento de conteúdo informativo que não tem relação às operações ou políticas da Unidade.
Busca de insumos	<i>Informações do cidadão</i> : pedido explícito de feedback sobre um tópico, participação em uma pesquisa ou enquete.
	<i>Angariação de fundos</i> : publicações que se referem a esforços de angariação de fundos ou que pedem donativos e contribuições para uma causa.
Diálogo online e interação off-line	<i>Diálogo on-line</i> : resposta da Unidade ao comentário do usuário em uma postagem.
	<i>Discussão off-line</i> : evento para discutir uma questão política específica.
	<i>Colaboração off-line</i> : pedido aos indivíduos que se envolvam em uma atividade, projeto ou programa relacionada ao governo.
Apresentação simbólica	<i>Apresentação favorável</i> : busca atribuição de simpatia, competência ou merecimento. Relato de atividade positiva realizada pela Unidade, com imagens positivas ou linguagem autorreferencial de gratidão.
	<i>Posicionamento político</i> : tomada de posição clara sobre uma questão política.
	<i>Ato simbólico</i> : expressões de parabéns, gratidão, condolências, celebração de feriados e referências a símbolos culturais.
	<i>Marketing</i> : Apresentação elaborada de recursos (por exemplo, na produção de vídeo) com a intenção de atrair indivíduos.

**Fonte: Adaptado de DePaula, Dincelli e Harrison (2018)**

O Quadro 10 guiou os autores DePaula, Dincelli e Harrison na análise de 2.893 publicações do Facebook de diversos governos locais, enquadrando cada postagem em uma ou mais das categorias para assim caracterizar a comunicação dos governos locais por intermédio das mídias sociais. No contexto americano, 62,49% das publicações foram de prestação de informações, 2,46% de busca de insumos, 8,30% de diálogo online e interação off-line e 44,90% de apresentação simbólica.

Em síntese, neste capítulo foram abordados os conceitos de governança pública e comunicação governamental, bem como a relação entre ambos os conceitos e a influência das mídias sociais na comunicação governamental no contexto da governança pública. No capítulo seguinte é detalhada a metodologia da pesquisa.

### 3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia da pesquisa guarda relação com o problema a ser estudado, sendo a seleção dos métodos e técnicas dependentes da natureza dos fenômenos, do objetivo da pesquisa, hipóteses levantadas, entre outros elementos oriundos do campo de investigação (MARCONI; LAKATOS, 2017). Esta seção está subdividida em cinco partes: (i) classificação da pesquisa; (ii) desenho da pesquisa; (iii) técnicas de coleta de dados; (iv) técnicas de análise de dados; e (v) síntese da metodologia.

#### 3.1 Classificação da pesquisa

Em relação à abordagem, a pesquisa pode ser caracterizada como uma pesquisa de métodos mistos, ou seja, combina as formas qualitativa e quantitativa. Para Creswell (2010, p. 26), “a pesquisa qualitativa é um meio para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou grupos atribuem a um problema social ou humano”, já a pesquisa quantitativa “é um meio para testar teorias objetivas, examinando a relação entre as variáveis”.

A abordagem mista coaduna com o propósito geral da presente investigação, qual seja, analisar com as mídias sociais influenciam a relação entre governança pública e comunicação governamental nas cidades. Para Mori *et al.* (2020), em uma pesquisa sobre uso de mídias sociais pelos governos municipais, tanto medidas qualitativas – como o estilo de conversa, engajamento, etc. – quanto medidas quantitativas – como número de comentários, acessos, etc. – são igualmente importantes.

Em relação à classificação da pesquisa, embora múltiplos sistemas de classificação se apresentem, faz-se a classificação em dois grandes conjuntos: finalidade e objetivos (GIL, 2017).

Quanto à finalidade, a pesquisa classifica-se como aplicada, pois busca contribuir para uma realidade concreta. Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 60) indicam que, na pesquisa aplicada, “o investigador é movido pela necessidade de contribuir para fins práticos mais ou menos imediatos, buscando soluções para problemas concretos”. No mesmo sentido, Vergara (1998) destaca que, ao contrário da

pesquisa pura, a finalidade da pesquisa aplicada é prática, motivada pela necessidade de resolver problemas concretos.

Quantos aos objetivos, a pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva. Para Köche (2011), existem casos em que ainda não se apresentam um sistema de teorias e conhecimentos desenvolvidos e para esses casos a pesquisa exploratória visa descrever ou caracterizar a natureza das variáveis que se quer conhecer, enquanto a pesquisa descritiva visa descrever as características e estudar as relações entre duas ou mais variáveis de um dado fenômeno.

Na sequência, detalha-se o desenho da pesquisa, as técnicas de coleta de dados e de análise de dados.

### **3.2 Desenho da pesquisa**

Para cumprir o objetivo da pesquisa, analisar com as mídias sociais influenciam a relação entre governança pública e comunicação governamental nas cidades, optou-se por um desenho de pesquisa de estudo de caso. A definição clássica de estudo de caso por Yin (2001, p. 32) é “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes”.

Em relação às características do estudo de caso, Gil (2009) as enumera: (i) é um delineamento de pesquisa; (ii) preserva o caráter unitário do fenômeno pesquisado; (iii) investiga um fenômeno contemporâneo; (iv) não separa o fenômeno do seu contexto; (v) é um estudo em profundidade; e (vi) requer a utilização de múltiplos procedimentos de coleta de dados. Na administração pública, a pesquisa de estudo de caso pode ser usada para investigar os processos de gestão e a resposta organizacional a eventos complexos (ZEEMERING, 2021).

Visando analisar a influência das mídias sociais na relação entre governança pública e comunicação governamental em diferentes realidades optou-se pelo estudo de casos múltiplos mediante uma abordagem diversificada de seleção de casos (ZEEMERING, 2021). Estudos de casos múltiplos, segundo Gil (2009) são aqueles em que o pesquisador estuda conjuntamente mais de um caso para investigar determinado fenômeno, sendo utilizados com vistas a estabelecer

comparações, bem como testar e aperfeiçoar teorias. Conforme Gil (2017), não se pode falar em um número ideal de casos, no entanto, costuma-se utilizar de quatro a dez casos.

Quanto à seleção dos casos, Gil (2009) destaca que não é necessário que os casos escolhidos representem o universo da pesquisa, mas que sejam selecionados casos que prevejam resultados semelhantes ou que produzam resultados diferentes por alguma razão previsível. O Brasil possui 5.570 municípios com diferentes perfis populacionais e, por consequência, diversas características do urbano e rural, o que impacta nas diversas formas de comunicação que o governo local pode se utilizar. Nesse sentido, inicialmente a seleção de casos buscou contemplar cidades de portes diversos tanto em termos populacionais quanto em termos de Produto Interno Bruto (PIB) para assim contemplar diversas realidades. Partiu-se de uma lista de 26 municípios do Paraná visando obter uma margem de segurança para obtenção de casos. Contudo, em um levantamento inicial observou-se que municípios muito pequenos em termos populacionais não dispõem de estrutura de comunicação na Prefeitura Municipal.

Após aprovação do projeto de pesquisa pelo Comitê de Ética em Pesquisa (Parecer 5.562.549 de 04 de agosto de 2022 – CEP-UTFPR/DV), no período de outubro de 2022 a março de 2023, foi realizado contato com as Prefeituras Municipais com o objetivo de realização de entrevista com a pessoa responsável pela unidade de comunicação do município – gestor de comunicação da Prefeitura. Inicialmente, foi acessado o site do município e registrado em planilha as formas de comunicação: telefone, e-mail e mídias sociais. Na sequência, foi entrado em contato, inicialmente por telefone, na sequência por e-mail e, por fim, utilizando as mídias sociais.

Conforme Gil (2017), não se pode falar em um número ideal de casos, no entanto, costuma-se utilizar de quatro a dez casos. Na presente tese, foram selecionados 07 casos. Por uma questão de sigilo e confidencialidade as cidades que compõe o estudo de caso múltiplo não foram identificadas. Para facilitar a leitura, adota-se o padrão M1 a M7 sendo M1 o município de menor população entre os casos pesquisados e M7 o município de maior população entre os casos pesquisados, conforme Tabela 8.

**Tabela 8 – Nomes fictícios dos municípios selecionados e população**

<b>Nome fictício</b>	<b>População aproximada (2020)</b>
M1	32.000
M2	33.000
M3	35.000
M4	40.000
M5	80.000
M6	150.000
M7	350.000

**Fonte: Autoria própria com base em IBGE (2020)**

A Tabela 8 demonstra que a seleção de casos está de acordo com a literatura, no sentido que apresenta um número de casos que permite o desenho de estudo de casos múltiplos e que a variação de população entre os municípios analisados possa produzir resultados diferentes. Oltra e Verdú (2020), em pesquisa realizada sobre governo eletrônico em pequenos municípios, entendem que a heterogeneidade da estrutura municipal em termos de volume populacional é útil para observar e interpretar as diferenças de resultados obtidos na pesquisa.

### **3.3 Técnicas de coleta de dados**

O delineamento de estudo de caso demanda múltiplas estratégias de coleta de dados já que se requer profundidade dos estudos de casos múltiplos bem como a preservação do caráter unitário e a não separação do contexto em que os casos estão inseridos. Nesse sentido, considerando os objetivos específicos da pesquisa, foram utilizadas as técnicas de coleta de dados a seguir detalhadas.

#### **3.3.1 Observação das mídias sociais das Prefeituras**

Para atingir os objetivos específicos (a) observar o uso de mídias sociais pelas Prefeituras Municipais; (b) analisar o conteúdo da comunicação e a relação com a governança pública nas mídias sociais das Prefeituras Municipais; e (d) identificar a interação dos usuários das mídias sociais com os conteúdos das Prefeituras Municipais; foi utilizada a técnica de observação.



A observação é realizada à luz do referencial teórico que sustenta o estudo visa contribuir para responder ao problema de pesquisa devendo ser descrita, explicada, compreendida com consistência e coerência (VERGARA, 2012). Nesta pesquisa foi feita uma observação: (i) estruturada: para Marconi e Lakatos (2010), consiste em observação que utiliza instrumentos para a coleta dos dados; (ii) não participante: realizada sem que o observador interfira ou se envolva na situação (VERGARA, 2012); (iii) individual: feita pelo próprio pesquisador; e (iv) direta: relaciona-se com “o registro de uma situação, um evento, um fenômeno, durante sua ocorrência” (VERGARA, 2012, p. 82).

Para efetivar a observação como caracterizado anteriormente foi elaborado um formulário de observação, baseado em Bonsón, Royo e Cambra (2018), Antonenko (2021) e Nakazato, Silva e Vicentin (2022), constante no Apêndice C. O formulário permitiu a coleta das variáveis constantes no Quadro 11.

**Quadro 11 – Variáveis coletadas por meio do formulário de observação de mídias sociais**

<b>Construto</b>	<b>Perguntas</b>	<b>Variáveis</b>
Presença na mídia social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A Prefeitura tem conta na mídia social?</li> <li>- Em caso positivo, qual a data de criação da conta na mídia social?</li> <li>- Qual o número de seguidores da conta da Prefeitura na mídia social?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presença: SIM ou NÃO;</li> <li>- Data de criação;</li> <li>- Quantidade de seguidores.</li> </ul>
Utilização da mídia social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A Prefeitura fez publicações na mídia social?</li> <li>- Qual o conteúdo das publicações da Prefeitura na mídia social?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quantidade de publicações;</li> <li>- Transcrição das publicações;</li> </ul>
Engajamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- As publicações da Prefeitura provocaram reações nos usuários da mídia social?</li> <li>- A Prefeitura faz uso de recursos multimídia em suas publicações?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quantidade de reações;</li> <li>- Quantidade de compartilhamentos;</li> <li>- Recursos: fotos, imagens, vídeo, links e hashtags.</li> </ul>
Diálogo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- As publicações da Prefeitura tiveram comentários dos usuários?</li> <li>- A Prefeitura respondeu os comentários dos usuários em suas publicações?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quantidade de comentários;</li> <li>- Transcrição dos comentários;</li> <li>- Quantidade de respostas da Prefeitura;</li> <li>- Transcrição das respostas da Prefeitura.</li> </ul>

**Fonte: Autoria própria a partir de Nakazato, Silva e Vicentin (2021, 2022)**

A coleta de dados considerou o período de outubro a dezembro de 2022 considerando a “semana composta” que consiste em escolher um dia da semana para coleta de dados e na semana seguinte escolher o próximo dia da semana até completar os sete dias da semana (COMEL; BRODBECK; QUADROS, 2021). No presente caso, os dias escolhidos foram: 31/10/2022 – segunda-feira; 08/11/2022 –

terça-feira; 16/11/2022 – quarta-feira; 24/11/2022 – quinta-feira; 02/12/2022 – sexta-feira; 10/12/2022 – sábado; e 18/12/2022 – domingo. A observação, realizada por meio do preenchimento do formulário de observação foi feita entre janeiro e março de 2023.

Para registro das publicações foram consideradas as duas redes sociais utilizadas por todos os municípios pesquisados, quais sejam, Facebook e Instagram. Foram consideradas ainda, publicações que são acessíveis a qualquer momento, ou seja, não foram consideradas publicações como *stories* que permanecem disponíveis por 24 horas em cada plataforma.

### 3.3.2 Entrevistas com os gestores de comunicação das Prefeituras

Para atingir o objetivo específico (c) identificar a percepção dos gestores municipais do papel da comunicação governamental e a relação com governança pública, foi utilizada a técnica de entrevistas.

Segundo Vergara (2012) a entrevista visa contribuir para responder ao problema de pesquisa e para tal deve ser descrita, explicada, compreendida com consistência e coerência e iluminada pelo referencial teórico que sustenta o estudo. Nos estudos de caso, a entrevista é a técnica mais utilizada e seus resultados têm valor quando contrastados com os resultados decorrentes de outras técnicas (GIL, 2009).

Utilizou-se de entrevistas semiestruturadas nesta pesquisa, cujo roteiro encontra-se na Apêndice D. Esta modalidade é reconhecida por muitos pesquisadores como a mais adequada para estudo de casos, não necessitando que sejam numerosas, mas que contemplem pessoas capazes de proporcionar respostas que atendam ao objetivo da pesquisa (GIL, 2009). Nesse sentido, foram escolhidos os gestores de comunicação de cada Prefeitura analisada.

As entrevistas foram realizadas no período de novembro de 2022 a março de 2023. Em um município a entrevista foi feita presencialmente, em dois municípios as entrevistas foram feitas pelo Google Meet, enquanto em dois municípios por telefone e ainda em dois municípios os gestores optaram por responder as perguntas por escrito. As entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas para análise de dados.

### 3.4 Técnicas de análise de dados

Considerando que foram utilizados dois instrumentos de coleta de dados, formulário de observação das mídias sociais e entrevistas, a análise dos dados obtidos foi realizada considerando os objetivos específicos do presente estudo.

Quanto ao objetivo (a) observar o uso de mídias sociais pelas Prefeituras Municipais, as variáveis numéricas foram analisadas levando em conta números absolutos, médias aritméticas e desvio-padrão.

Quanto ao objetivo (b) analisar o conteúdo da comunicação e a relação com a governança pública nas mídias sociais das Prefeituras Municipais; os dados das publicações foram categorizados de acordo com os procedimentos da Análise de Conteúdo que é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza tanto procedimentos sistemáticos e ditos objetivos de descrição de conteúdos, quanto inferências, deduções lógicas, e se associa aos significados e significantes da mensagem (BARDIN, 2011).

A partir do conjunto de dados obtidos e tendo por base as categorias levantadas por DePaula, Dincelli e Harrison (2018), Oltra e Verdú (2020), Comel, Brodbeck e Quadros (2021) e Nakazato, Silva e Vicentin (2022), foram definidas 7 categorias, conforme Quadro 12.

**Quadro 12 – Categorias de análise de conteúdo das publicações**

<b>Categoria</b>	<b>Definição</b>
1. Ação governamental	Divulgação de ações realizadas pela Prefeitura municipal.
2. Eventos	Divulgação de eventos no município.
3. Serviços	Informações sobre serviços prestados pela Prefeitura
4. Campanhas educativas	Divulgação de campanhas educativas
5. Promoção da cidade e dos cidadãos	Prêmios recebidos pela cidade e/ou cidadãos ou divulgação de locais do próprio município.
6. COVID-19	Conteúdos relacionados à pandemia da COVID-19
7. Relacionamento	Publicações que busquem construir relacionamento com o público.

**Fonte: Autoria própria (2023)**

O enquadramento das publicações em cada categoria se deu por meio dos componentes detalhados no Apêndice E, e, para fins de análise, cada publicação foi enquadrada em somente uma categoria, embora, conforme DePaula, Dincelli e Harrison (2018), uma mesma publicação possa transmitir várias mensagens, de várias declarações e formatos de mídia.

Por sua vez, a relação do conteúdo da publicação com a governança pública se deu por intermédio dos princípios de governança pública, buscando na transcrição da publicação e nos recursos multimídia por elementos que façam essa relação, em consonância com a descrição do Quadro 13.

**Quadro 13 – Relação entre conteúdo da publicação e governança pública**

<b>Princípios</b>	<b>Itens encontrados nas publicações</b>
Transparência	Informações sobre fonte de recursos, valores gastos, tempo de execução etc.
Responsabilidade	Agentes públicos assumindo a responsabilidade na tomada de providências diante de situação adversa, solução de problemas urgentes etc.
<i>Compliance</i>	Citação de cumprimento às leis, decretos, portarias, etc.
Ética e integridade	Referência a gestão da ética, tomada de providências em situações de conflitos éticos ou ações antiéticas etc.
Competência e capacidade	Ações de capacitação e qualificação para melhoria da competência e capacidade dos gestores.
<i>Accountability</i> e relacionamento com as partes interessadas	Prestação de contas para além de valores gastos como resultados esperados/obtidos, locais onde o recurso foi empregado. Parcerias e ações tomadas em conjunto com stakeholders (públicos e privados)
Controle de riscos e sistemas de gestão	Menção à sistemas de gestão que visem melhorar o desempenho ou que minimizem riscos.
Visão estratégica e foco nos resultados	Referência à planejamentos municipais ou ações que visem uma melhora futura ainda que o impacto no momento não seja tão visível. Promoção de sustentabilidade.
Eficiência e efetividade	Informações sobre a melhor utilização de recursos (custo-benefício – eficácia); melhores resultados alcançados (eficiência) e impacto obtido (efetividade).

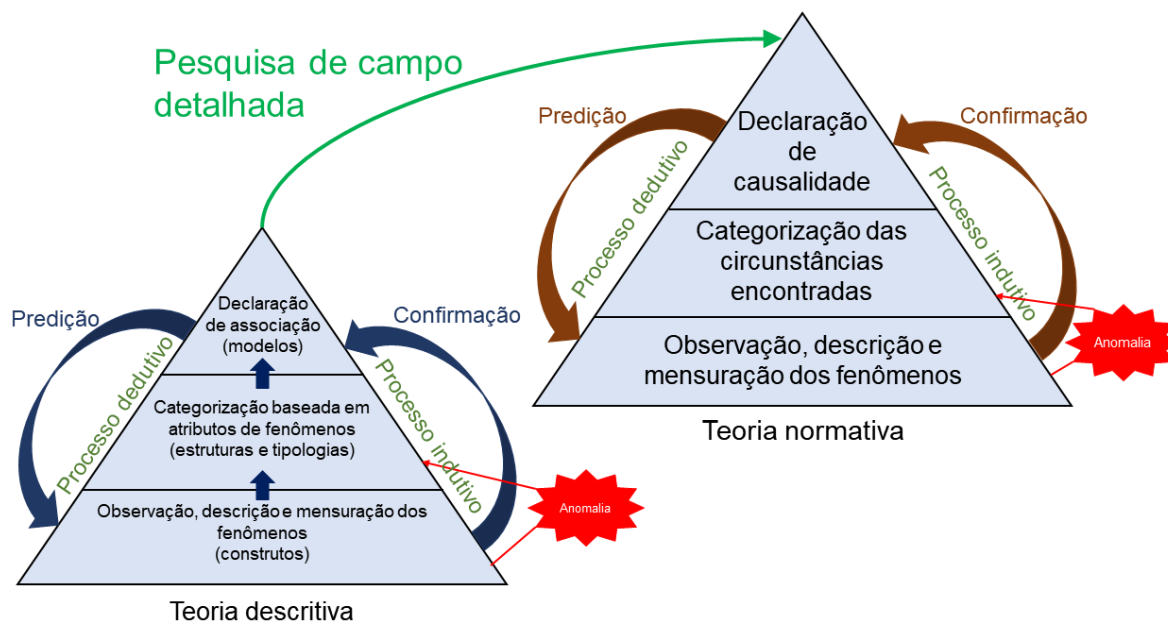
**Fonte: Autoria própria (2023)**

Quanto ao objetivo (c) identificar a percepção dos gestores municipais do papel da comunicação governamental e a relação com governança pública, após transcrição e leitura, os dados das publicações foram categorizados de acordo com os procedimentos da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), tendo sido identificadas as seguintes categorias: estrutura, papel da comunicação, planejamento e estratégia, normatização, participação e métricas.

Quanto ao objetivo (d), identificar a interação dos usuários das mídias sociais com os conteúdos das Prefeituras Municipais; as variáveis numéricas foram analisadas levando em conta números absolutos, médias aritméticas e desvio-padrão. Ainda, foram transcritos os comentários e verificados se positivos ou negativos ao conteúdo publicado e se houve respostas das Prefeituras.

Quanto ao objetivo (e) propor um modelo de comunicação governamental em cidades, por intermédio de mídias sociais, no contexto da governança pública, após a coleta e análise de todos os dados, com base na teoria de construção de modelos de Carlile e Christensen (2004), ilustrada na Figura 7.

**Figura 7 - Processo de construção da teoria de modelos de Carlile e Christensen**



**Fonte: Adaptada de Carlile e Christensen (2004, p. 6).**

Conforme a Figura 7, o processo é cíclico, utiliza-se de indução e dedução, ocorre em duas instâncias, sendo a primeira descritiva e a segunda normativa e é composto de três etapas – observação, categorização e declaração. Na fase descritiva, conforme Carlile e Christensen (2004): (i) observação: consiste em observar e descrever detalhadamente os fenômenos visando a uma minuciosa documentação e mensuração. Nesta etapa, desenvolvem-se os construtos, que são abstrações que auxiliam no entendimento e visualização dos fenômenos estudados; (ii) categorização: consiste em classificar os fenômenos em categorias, de modo a simplificar e organizar em busca do estabelecimento de relações entre os fenômenos e os resultados de interesse; e (iii) associação: consiste em associar as categorias, diferenciar atributos e a magnitude destes atributos nas correlações identificadas. Uma possível saída desta etapa é o denominado modelo.

Ao percorrer estas três etapas fez-se o processo indutivo, ou seja, a indução consiste em percorrer as etapas da base ao topo da pirâmide construindo hipóteses em modelos. Para melhoria da teoria descritiva, pode-se aplicar um segundo

processo, denominado dedução, que consiste em sair do topo da pirâmide para a base, testando a hipótese formulada. Ao fazer tal movimento, pode-se confirmar a teoria ou ainda descobrir uma anomalia, que é um resultado ou uma saída não prevista na teoria, oportunizando assim sua melhoria (CARLILE; CHRISTENSEN, 2004).

A segunda instância do processo de construção de teoria proposto por Carlile e Christensen (2004) é a fase normativa que é composta pelas mesmas três etapas e inclui os processos de indução e dedução. Diferente da teoria descritiva, a fase normativa se inicia no topo da pirâmide, tendo por base uma pesquisa de campo. A fase normativa tem início com uma declaração de causalidade e, na sequência, por indução, dá-se a observação, descrição e mensuração dos fenômenos podendo então confirmar a declaração de causalidade ou encontrar anomalias. A etapa intermediária é a categorização das circunstâncias encontradas. O processo conforme disposto na figura 7, feito de forma cíclica, valida a teoria proposta. Caso durante o processo se encontre alguma anomalia – um resultado que não encontre respaldo na teoria – surge a oportunidade de nova categorização e melhoria do modelo proposto (CARLILE; CHRISTENSEN, 2004).

### 3.5 Síntese da metodologia

Em síntese, a metodologia proposta para esta pesquisa pode ser vista no Quadro 14.

**Quadro 14 – Síntese da metodologia da pesquisa**

Caracterização		Organização da pesquisa	
Metodologia	Quali-quantitativa	Objeto empírico	Mídias Sociais utilizadas pelas Prefeituras
Tipo da pesquisa	Exploratória e descritiva	Quantidade de casos	Múltiplos – 7 casos
Desenho	Estudo de caso	Unidades de análise e observação	Prefeituras Municipais
Caracterização		Organização da pesquisa	
Instrumentos de coleta	Formulário de observação de mídias sociais e entrevistas semiestruturadas	Enfoque da observação	Relação entre comunicação governamental e governança pública

Análise dos dados	<p>Quanti: números absolutos, média aritmética e desvio padrão;</p> <p>Quali: Análise de conteúdo</p>	Critério de seleção de casos	Casos que a variação de população entre os municípios analisados possa produzir resultados diferentes.
Perspectiva temporal	Segundo semestre de 2022 e primeiro semestre de 2023		

**Fonte: Autoria própria (2023)**

No próximo capítulo são apresentados os resultados oriundos da aplicação do método apresentado, bem como se discute os resultados à luz da literatura trazida no capítulo de fundamentação teórica.

## **4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS**

Este capítulo dispõe a apresentar os resultados obtidos pela pesquisa realizada, bem como efetuar a análise desses resultados, de forma a atingir o objetivo geral do estudo, qual seja, analisar como as mídias sociais influenciam a relação entre comunicação governamental e governança pública nas cidades.

O capítulo está estruturado da seguinte forma: inicialmente, apresenta-se cada caso de forma isolada, analisando o uso de mídias sociais pela Prefeitura Municipal, o conteúdo comunicado pelas mídias sociais e a relação com os princípios de governança pública, a percepção dos gestores de comunicação da Prefeitura Municipal e a interação dos usuários com os conteúdos publicados. Na sequência, é apresentada uma análise comparativa dos estudos de caso a fim de propor um modelo de comunicação governamental.

### **4.1 Caso do município M1**

O município M1 tem aproximadamente 32 mil pessoas e o setor de comunicação é vinculado à Chefia de Gabinete do Prefeito. O setor é denominado de “Imprensa” e conta com apenas uma pessoa, que é jornalista e bacharel em Direito – entrevistado E1. Segundo E1, o setor gera informações “voltadas às ações institucionais, sejam realizadas pelo prefeito, vice ou diretores”. Em relação à rotina de trabalho, E1 que “o site e redes sociais são diariamente atualizados para que a população se mantenha informada acerca das diversas áreas institucionais com foco na transparência e publicidade legal dos atos”.

A Prefeitura de M1 se utiliza de duas mídias sociais: Facebook e Instagram. A Prefeitura tem a conta oficial no Facebook desde 16/02/2017 e soma um total de 16 mil seguidores o que representa cerca de 50% da população atual. Já o Instagram, a Prefeitura utiliza desde 17/01/2021 e a conta oficial possui 5.306 seguidores que é equivalente a 16,6% da população. Sobre a importância das mídias sociais, E1 entende que é fundamental, “especialmente durante e pós-pandemia, uma vez que a sociedade mundial migrou para redes sociais [...]. A única mídia não adotada pela Prefeitura é o Twitter por não se tratar de um meio muito usado pela população”.



No período pesquisado, o Facebook da Prefeitura realizou um total de 21 publicações, desta forma, em média foram 3 publicações por dia (desvio padrão de 2,52). O dia da semana em que tiveram mais postagens foi segunda-feira – 7 publicações. Já no Instagram, a Prefeitura fez 14 publicações o que resulta em uma média de 2 publicações por dia (desvio padrão de 1,73). Os dias com maior número de publicações foram segunda-feira e sexta-feira – 4 publicações cada dia. Em ambas as plataformas não foram feitas publicações na terça-feira e no domingo.

Considerando o conteúdo, verifica-se que 8 publicações foram feitas somente no Facebook, 13 em ambas as plataformas e 1 somente no Instagram, desta forma, a Prefeitura produziu um total de 22 publicações para as mídias sociais ao longo do período pesquisado. A categorização do conteúdo dessas publicações é apresentada na Tabela 9.

**Tabela 9 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M1**

<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>	<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>
Ação governamental	22,73%	Promoção da cidade e dos cidadãos	0,00%
Eventos	36,36%	COVID-19	18,18%
Serviços	18,18%	Relacionamento	0,00%
Campanhas educativas	4,55%		

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

A categoria de ‘Eventos’ foi a mais comunicada pela Prefeitura por meio das mídias sociais, seguido por ‘Ações governamentais’. As categorias de ‘Serviços’ prestados pela Prefeitura e ‘COVID-19’ aparecem em terceiro lugar com o percentual de publicações, enquanto ‘Campanhas Educativas’ aparece com o menor índice entre as categorias comunicadas. Duas categorias não foram identificadas na comunicação da Prefeitura: ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ e ‘relacionamento’.

A relação do conteúdo comunicado pela Prefeitura nas mídias sociais com princípios de governança pública foi verificada em 45,45% das publicações. O Quadro 15 identifica as publicações, suas categorias e a relação com os princípios de governança pública.

**Quadro 15 – Relação entre publicações da Prefeitura de M1 e princípios de governança pública**

<b>Categoria</b>	<b>Resumo da publicação</b>	<b>Princípio de governança pública relacionado</b>
Ação governamental	Reunião emergencial sobre vendaval e inundações no município	- Responsabilidade: diante de situação emergencial os responsáveis se reuniram; - Relacionamento entre as partes interessadas: Prefeitura e Câmara de Vereadores.

<b>Categoria</b>	<b>Resumo da publicação</b>	<b>Princípio de governança pública relacionado</b>
Serviços	Falta de água no município (fruto de inundação)	- Relacionamento entre as partes interessadas: Prefeitura e Companhia de Saneamento Estadual.
Serviços	Fornecimento de lona e telha (fruto do vendaval)	- Responsabilidade: diante de situação emergencial a Prefeitura apresenta atendimento imediato.
Ação governamental	Reflorestamento do Parque Natural Municipal	- Relacionamento entre as partes interessadas: Prefeitura, Corpo de Bombeiros e Associação de Senhoras de Rotarianos
Ação governamental	Distribuição de mudas em distrito do município	Visão estratégica: tornar a agricultura familiar mais sustentável
Eventos	Palestra sobre Inovação	- Relacionamento entre as partes interessadas: Prefeitura e Sebrae.
Campanha educativa	Informações sobre o Censo 2022 e combate a <i>fake news</i>	- Relacionamento entre as partes interessadas: Prefeitura e IBGE.
Serviços	Alteração de horário de atendimento da Prefeitura	- <i>Compliance</i> : atendimento a Decreto Municipal
Ação governamental	Lançamento do programa “Meu Bairro em Transformação” (2 publicações)	- Transparência: valor de investimento do programa; - <i>Accountability</i> : áreas que serão beneficiadas; - Visão estratégica: preparação do pacote de obras há 2 anos e planejamento futuro visando à melhoria da qualidade de vida

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

A partir do Quadro 15, pode-se verificar que todas as categorias de publicações comunicadas, com exceção de ‘COVID-19’, se relacionam com ao menos um princípio de governança pública. Os princípios de governança pública conexos às publicações foram: ‘relacionamento com as partes interessadas’ (5 menções); ‘visão estratégica’ (3 menções); ‘responsabilidade’ (2 menções); e *compliance*, transparência e *accountability* (1 menção cada princípio). Desta forma, a comunicação governamental da Prefeitura de M1, no contexto da governança pública, busca enfatizar a característica da Prefeitura em trabalhar em redes interorganizacionais (OSBORNE, 2006) e ações colaborativas (BROCCARDO; CULASSO; MAURO, 2019).

O papel da comunicação governamental pela internet, na percepção de E1, é indispensável, pois “o site é muito útil para órgãos fiscalizadores e atualização de dados oficiais, [...] Facebook é bastante usado por jovens, adultos e idosos por ser mais interativo. E o Instagram pelos mais apaixonados por vídeos e fotos. Neste aspecto, as informações da Prefeitura chegam as mais variadas faixas etárias”. A

questão da participação da população também é destacada por E1. O uso de mídias sociais pela Prefeitura ocorre sem que exista uma normativa específica para tal.

A relação entre governança pública e comunicação governamental, para E1 se dá mediante “o misto de acesso à informação com a capacidade de administrar resultam no alcance dos objetivos da administração” e complementa “a boa governança pública é fundamental para promover o desenvolvimento econômico do município e a qualidade de vida da população”. Para exemplificar, E1 afirma que “as ações e obrigações da Prefeitura [...] são tão direcionadas aos interesses da sociedade, que permanece em 1º lugar no Índice de Transparência da Administração Pública (ITP) avaliado pelo Tribunal de Contas do Estado (TCE)”.

Na comunicação governamental da Prefeitura, houve o uso de recursos multimídia em todas as publicações, tendo sido utilizado pelo menos um tipo de recurso em cada publicação: imagens foram empregadas em 59,09% das publicações; *links* em 45,45%; fotos em 22,73%; uso de *hashtags* em 13,64% e o recurso de vídeo em 4,55% das publicações. Ao relacionar os recursos multimídias com as categorias de conteúdo das publicações, verificou-se que as categorias ‘ação governamental’ e ‘COVID-19’, além de fotos e imagens se utilizaram de *links* para o usuário obter mais informações sobre o assunto abordado. Já a categoria ‘eventos’ e ‘campanha educativa’ utilizou, além de fotos e imagens, de *hashtags*. A categoria ‘serviços’ utilizou somente de imagens.

Em relação ao engajamento das publicações da Prefeitura pode-se verificar pela ótica do número de reações e pelo número de comentários nas mídias sociais. Quanto ao primeiro aspecto, a média de reações por publicação foi de 89,23 (desvio padrão de 90,38). Ao olhar cada mídia social, verifica-se que no Facebook a média de reações por publicação foi de 37,29 (desvio padrão de 41,09), enquanto no Instagram a média foi de 84,29 (desvio padrão de 74,95), ou seja, as publicações do Instagram da Prefeitura têm maior engajamento do que as publicações do Facebook. A Tabela 10 relaciona o conteúdo das publicações e as reações obtidas.

**Tabela 10 – Conteúdo e reações das publicações da Prefeitura de M1**  
(continua)

<b>Categorias</b>	<b>Reações (média)</b>	<b>Desvio padrão</b>
Ação governamental	66,60	62,54
Eventos	144,38	114,19
Serviços	87,50	73,98

**Tabela 10 – Conteúdo e reações das publicações da Prefeitura de M1  
(conclusão)**

<b>Categorias</b>	<b>Reações (média)</b>	<b>Desvio padrão</b>
Campanhas educativas	14,00	0,00
COVID-19	27,75	13,23

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

Consoante a Tabela 10, a categoria de ‘Eventos’ é a que mais gera reações em média nos usuários das mídias sociais – os eventos de Natal e Aniversário da Cidade tiveram o maior número de reações e elevaram a média da categoria em relação às outras categorias. A categoria de ‘Serviços’, em especial pela questão de falta de água e fornecimento de lonas e telhas pela Prefeitura em virtude de uma tragédia provocada por vendaval e inundação no município, também teve elevado número reações pelos usuários e ficou próxima à média geral de reações. As outras categorias ficaram abaixo da média geral. Trata-se assim de indicativo do tipo de conteúdo que os cidadãos que seguem a Prefeitura nas redes sociais mais interagem.

Um último aspecto avaliado foram os comentários dos usuários nas publicações feitas pela Prefeitura e as respostas dadas por esta nas publicações: 59,09% das publicações receberam ao menos um comentário de usuários nas mídias sociais e 13,64% das publicações teve ao menos um comentário da própria Prefeitura. A Tabela 11 mostra as publicações, suas categorias e o número de comentários que recebeu.

**Tabela 11 – Quantidade de comentários nas publicações da Prefeitura de M1**

**(continua)**

<b>Categoria</b>	<b>Resumo</b>	<b>Comentários</b>
COVID	Boletim do COVID-19	18
Eventos	Evento de Natal	15
Serviços	Falta de água no município (fruto de inundação)	15
Ação governamental	Lançamento do programa “Meu Bairro em Transformação”	10
Ação governamental	Lançamento do programa “Meu Bairro em Transformação”	5
Eventos	Evento de Natal	4
Eventos	Evento de aniversário da cidade	4
Eventos	Evento esportivo - Paranaense de futsal sub-20	4
Ação governamental	Reflorestamento do Parque Natural Municipal	3
Ação governamental	Distribuição de mudas em distrito do município	3
Serviços	Fornecimento de lona e telha (fruto do vendaval)	3

Tabela 11 – Quantidade de comentários nas publicações da Prefeitura de M1

(conclusão)		
Categoria	Resumo	Comentários
Eventos	Evento de aniversário da cidade	1
Serviços	Lançamento do programa “Meu Bairro em Transformação”	1

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

As três publicações mais comentadas, conforme Tabela 11, foram as que a Prefeitura emitiu comentários. A primeira publicação em número de comentários foi feita somente no Facebook, refere-se a um boletim de COVID-19 do dia 24 de novembro de 2022, cujo conteúdo informou um número grande de confirmação de casos: 22 casos confirmados e, como nos boletins anteriores identificados nesta pesquisa o número de casos havia sido de 0 em 31/10/2022 e 1 em 16/11/2022, os cidadãos realizaram comentários, bem como a Prefeitura se posicionou. Os principais comentários e respostas estão listados no Quadro 16.

**Quadro 16 – Comentários sobre a publicação do Boletim de COVID de 24/11/2022 da Prefeitura de M1**

Seq.	Usuário	Comentário
1	Q16.1	Cadê as máscaras, essa é a única prevenção.
2	Prefeitura	<b>Q16.1:</b> A vacina. Muitos dos 12 aos 17, e dos 18 aos 40 anos não tomaram dose de reforço. Mas as vacinas estão disponíveis nas UBS desde abril. Estas faixas etárias estão se contaminando.
3	Q16.3	Resultado das festanças.
4	Q16.5	Engraçado, no período eleitoral, ninguém pegou COVID né?
5	Prefeitura	<b>Q16.5:</b> Desde o dia 9 de novembro que a mídia nacional e internacional alerta para o aumento de casos de Covid-19 no Brasil e no mundo. Todos os telejornais fazem matérias todos os dias. Quem não tem a dose de reforço está se contaminando. Dia 9 de novembro os alertas começaram: [LINK]
6	Q16.7	Depois das festas vem as consequências.
7	Prefeitura	<b>Q16.7:</b> Conheço alguns que pegaram em acampamento recente. A variante da Ômicron é muito contagiosa. Felizmente não causa complicações comparadas a variante Delta. É preciso tomar a dose de reforço. Muitos tomaram apenas 1 ou 2 vacinas. Mas o alerta foi dado por instituições de saúde nacionais e internacionais, no início de novembro, que viria outra onda contágios. Bom descanso
8	Q16.7	<b>Prefeitura:</b> pois é, eu já tomei a quarta dose ...
9	Prefeitura	<b>Q16.7:</b> Compartilhei dia 12/11. [Imagem de notícia]
10	Q16.8	ué porque que no tempo da política não tinha covid não dá pra entender isso ninguém ouvi falar nada
11	Prefeitura	<b>Q16.8:</b> Todos os telejornais noticiam há uma semana o aumento de casos de Covid-19 no Brasil e no mundo com a variante BQ.1. Contamina muito. Mas não tão grave quanto a variante Delta (início da pandemia). Quem não tem o ciclo vacinal completo se contamina mais.
12	Q16.8	<b>Prefeitura:</b> misericórdia
13	Q16.9	<b>Prefeitura:</b> verdade está em todas as cidades.

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

O Quadro 16 demonstra que a Prefeitura possibilita o diálogo por meio das mídias sociais. O comentário do usuário Q16.1 aborda o uso de máscara, o que

pode ser visto como uma crítica à Prefeitura pela não obrigatoriedade de utilização das máscaras, ao que a Prefeitura responde que a vacina seria a melhor prevenção. Os comentários de Q16.5 e Q16.8 tratam da ausência de notícias sobre COVID durante o período eleitoral ocorrido entre agosto e outubro de 2022 ao que a Prefeitura responde informando que os alertas vêm sendo dados desde o início de novembro de 2022 e reforçando a importância da vacina. Os comentários de Q16.3 e Q16.7 abordam que o aumento do número de casos é consequência da realização da Festa de Aniversário da cidade ao que a Prefeitura relata que se trata de uma nova variante do vírus que surgiu e reforça a importância das vacinas. Diante disso, todos os questionamentos foram respondidos pela Prefeitura e a informação sobre a importância das vacinas reforçada em todas as respostas.

A segunda publicação com maior número de comentários, composta por diversas fotos e publicada tanto no Facebook quanto no Instagram, teve como temática uma apresentação de Natal na cidade. A publicação teve 14 comentários no Facebook e somente 1 comentário no Instagram. No Facebook, contou com uma resposta da Prefeitura ao comentário feito pela artista que havia se apresentado: “Prefeitura, estou encantada com encantada com essa cidade, parabéns”; “Volte sempre”. Os demais comentários foram de congratulações pelo evento e não tiveram resposta pela Prefeitura.

A terceira publicação com maior número de comentários foi publicada nas duas mídias sociais e orientou a população a economizar água, tendo em vista que a captação de água estava interrompida em virtude de uma inundação ocorrida no município. Na imagem, consta a logomarca da companhia de saneamento estadual e a logomarca da Prefeitura. No Facebook a Prefeitura recebeu diversos questionamentos e buscou esclarecer, ainda que não fosse exatamente de sua competência, conforme se observa nos principais comentários constantes no Quadro 17.

**Quadro 17 – Comentários sobre a publicação que orientou sobre economia de água da Prefeitura de M1**

Seq.	Usuário	Comentário
1	Q17.1	Aqui no [...] tem três dias que estamos sem água
2	Q17.2	Como está a questão do tratamento da água???? Já foi retomada a captação???? Gostaria de informações! No meu bairro não cheguei a ficar sem água, mas estamos usando apenas o necessário e tentando ajudar economizando
3	Q17.3	Está muito difícil aqui no [...] sem água
4	Q17.4	Qual previsão para voltar aqui no [...]
5	Q17.5	[..] está a 3 dias sem água. Como fica isso

Seq.	Usuário	Comentário
6	Q17.7	Moro no [...] e estamos mais de 24 horas sem água, não temos nem para beber, como fica isso?? Não tem caminhão pipa para trazer para nós?
7	Prefeitura	<b>Q17.7</b> Oi. Chegou água? Caso não aviso à Sanepar
8	Q17.3	<b>Prefeitura</b> como ficamos aqui no [...] sem água não dá, nem nas escolas está tendo água, só chega de madrugada e já acaba, não tem condições de ficar assim, precisamos de alguma solução
9	Q17.8	E quem não tem caixa d'água?
10	Prefeitura	<b>Q17.8</b> A recomendação da Sanepar é tê-la para prevenir situações semelhantes.
11	Q17.8	<b>Prefeitura</b> mas quem não tem condições de comprar, não tem como
12	Prefeitura	<b>Q17.8</b> Entendo
13	Q17.7	Quem não tem passa sede, porque ninguém está preocupado com nós, que não tem nem para beber.

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Na transcrição dos comentários, Quadro 17, verifica-se que 8 cidadãos de dois bairros do município reclamam da falta de água. A prefeitura procura confirmar a informação do usuário Q14.7 sobre a falta de água para que ela possa comunicar diretamente à companhia de saneamento estadual (linhas 6 e 7 do Quadro 17), no entanto, este usuário não responde à Prefeitura e posteriormente emite um comentário de reclamação sobre a situação (linha 13). Em outro diálogo também presente no Quadro 17, o tema é sobre caixa d'água e tem início com o usuário Q17.8 questionando sobre qual solução seria dada a quem não possui, tendo como resposta inicial da Prefeitura que se trata de uma recomendação da companhia de saneamento estadual e quando novamente o usuário Q17.8 questiona sobre quem não pode comprar, a Prefeitura responde sem oferecer solução. Os demais comentários e reclamações desta publicação não foram respondidos pela Prefeitura.

Ainda, na quarta publicação mais comentada, sobre o lançamento do programa “Meu Bairro em Transformação” houve um questionamento à Prefeitura que não foi respondido: “boa noite [...] vocês estão de parabéns, mas estou esperando aqui na minha rua o asfalto no [...], rua [...] fizeram asfalto quase todas as ruas ficou só a minha e duas ruas, por favor dá para fazer aqui para nós, obrigado desde já. Já faz uns 6 anos que estamos esperando ou mais”. Os comentários das demais publicações mencionadas na Tabela 11 tratam de congratulações à Prefeitura e à cidade pelos temas das publicações.

Segundo E1, as mídias sociais são sempre utilizadas para fomentar a participação dos cidadãos: “os cidadãos devem não apenas participar da elaboração das políticas públicas como fiscalizar a aplicação dos recursos públicos. É exatamente esta transparência na gestão de recursos que torna *M1* exemplo no Estado pela 2ª vez em 2 anos”.

## 4.2 Caso do município M2

O município M2 tem aproximadamente 33 mil pessoas. O setor de comunicação é denominado de “comunicação social” e é hierarquicamente uma diretoria vinculada à Secretaria de Governo, que funciona como um Gabinete do Prefeito. O(a) ocupante do cargo de diretor(a) é o entrevistado(a) E2 que descreve assim a relação do setor de comunicação com o gabinete do Prefeito: “Toda e qualquer divulgação que seja feita ou matérias com cunho de dar publicidade a algo ou esclarecimento a algo, eu tenho que primeiro passar pelo crivo do gabinete. É assim que funciona. A nossa sala fica em frente mesmo ao gabinete, quer dizer, toda a ação do governo do prefeito é acompanhada”. Em relação à estrutura de pessoal, o setor de comunicação conta com 3 pessoas: E2, um fotógrafo e um estagiário. Para vídeos e campanhas de alto custo a Prefeitura contrata uma agência de publicidade.

A Prefeitura utiliza duas mídias sociais: Facebook e Instagram. A conta oficial no Facebook data de 19/03/2014 e soma um total de 17 mil seguidores o que representa cerca de 51,52% da população atual. E2 relatou que no início da gestão atual, 2021, ocorreu uma dificuldade na passagem de senha das mídias sociais entre as gestões, o que impactou o início dos trabalhos nas mídias sociais por esta gestão. Em relação ao uso de mais de uma mídia social, E2 relata que “Eu digo para você que hoje o Facebook, para nós aqui do interior, ele é mais, vamos dizer, tem muito mais visualização do que o próprio Instagram. Hoje para nós aqui da prefeitura, quando você coloca algo no Face, ele te dá um retorno de visualização ou até mesmo de pessoas que chegaram a comentar ou alguma coisa nesse sentido”.

Em relação ao Instagram, a Prefeitura utiliza desde 21/09/2022 e a conta oficial possui apenas 808 seguidores, o equivalente a 2,48% da população. A data da página oficial é resultado, segundo E2, do fato de terem sido “criadas várias páginas, em relação a várias contas do governo. Mas que nenhuma delas tinha senha. Então por isso nós não utilizávamos. E aí depois que foi resolvido, nós criamos uma outra. A intenção era usar uma que estava em andamento. Mas infelizmente não foi possível e por isso que do Instagram sim, nós criamos agora, tem 6 meses que está sendo utilizado”.



No período pesquisado, o Facebook da Prefeitura realizou um total de 27 publicações, desta forma, em média foram 3,86 publicações por dia (desvio padrão de 2,79). O dia da semana em que tiveram mais postagens foi sexta-feira – 7 publicações; no final de semana, sábado e domingo, a Prefeitura não fez qualquer publicação. Já na Instagram, a Prefeitura fez 24 publicações o que resulta em uma média de 3,43 publicações por dia (desvio padrão de 2,64). Novamente, o dia com maior número de publicação foi sexta-feira com 7 publicações e não houve publicação no final de semana.

Considerando que todas as publicações do Instagram foram de conteúdos também presentes no Facebook, a Prefeitura produziu um total de 27 publicações para as mídias sociais ao longo do período pesquisado. Em relação ao conteúdo das publicações, na Tabela 12 são identificadas a distribuição por categoria de análise.

**Tabela 12 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M2**

<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>	<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>
Ação governamental	40,74%	Promoção da cidade e dos cidadãos	7,41%
Eventos	22,22%	COVID-19	3,70%
Serviços	25,93%	Relacionamento	0,00%
Campanhas educativas	0,00%		

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

A partir da Tabela 12 depreende-se que a Prefeitura tem como maior finalidade o uso das mídias sociais para comunicar suas ‘ações governamentais’. A divulgação de ‘serviços’ e ‘eventos’ representam praticamente um quarto das publicações cada categoria (25,93% e 22,22%, respectivamente). Ainda, em menor percentual, foram comunicadas as categorias ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ e ‘COVID-19’ enquanto as categorias de ‘campanha educativa’ e ‘relacionamento’ não foram identificadas nas publicações pesquisadas.

Sob o olhar da governança pública, a relação dos conteúdos comunicado pela Prefeitura nas mídias sociais com princípios de governança pública foi verificada em 40,74% das publicações. O Quadro 18 identifica as publicações, suas categorias e a relação com os princípios de governança pública.

**Quadro 18 – Relação entre publicações da Prefeitura de M2 e princípios de governança pública**

<b>Categoria</b>	<b>Resumo</b>	<b>Princípio de governança pública relacionado</b>
Ação governamental	Aviso sobre recadastramento imobiliário no município (2 publicações)	Sistemas de gestão: recadastramento atualiza os dados dos imóveis no sistema do município; Visão estratégica: município inteligente que investe em processos digitais
Eventos	Convite para exposição em município vizinho	Relacionamento das partes interessadas: divulgação de evento no município vizinho
Serviços	Convocação de candidatos aprovados em concurso (2 publicações)	Transparência: divulgação de convocação; Compliance: cumprimento do edital do concurso
Ação governamental	Plantio de mudas de arborização em área urbana	Visão estratégica: ação prevista no Plano Municipal de Arborização
Serviços	Coleta de lâmpadas	Visão estratégica: evitar a contaminação e promover a sustentabilidade do meio ambiente
Serviços	Alteração de horário de atendimento da Prefeitura	<i>Compliance</i> : menção a Decreto Municipal
Ação governamental	Entrega de notebooks em casas lares e acolhimento	Transparência: informação da fonte de recursos para aquisição dos notebooks
Ação governamental	Participação em reunião de Conselho Estadual de Assistência Social	Relacionamento das partes interessadas: participação em evento estadual
Ação governamental	Isenção de IPTU	<i>Accountability</i> : entrega de cartas de isenção concedidas em cerimônia pública

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

No Quadro 18, pode-se verificar que as categorias de publicações que se relacionam com ao menos um princípio de governança pública são ‘ação governamental’, ‘serviços’ e ‘eventos’. Os princípios de governança pública relacionados às publicações foram, em ordem decrescente de alusões: ‘visão estratégica’ (4); *compliance* e transparência (3); ‘relacionamento com as partes interessadas’, Sistemas de gestão (2) e *accountability* (1). Pode-se inferir que a principal característica de comunicação relacionada à governança pública que a Prefeitura busca enfatizar é o planejamento em longo prazo e monitoramento que consiste na visão estratégica.

Contudo, ao analisar o conteúdo da comunicação da Prefeitura de M2, verifica-se grande número de publicações vinculadas ao administrador público, conforme observa-se em cinco trechos de publicações constantes no Quadro 19.

**Quadro 19 – Publicações vinculadas ao Administrador Público da Prefeitura de M2**

Resumo	Trecho da publicação vinculado ao Administrador Público
Convite para exposição em município vizinho	Na manhã desta segunda-feira (31), o prefeito [Nome], recebeu em seu gabinete o prefeito de [município vizinho, nome], o qual fez questão de entregar pessoalmente o convite para a [nome do evento], que será realizada nos dias 04, 05 e 06 de novembro [...].
Agenda do Prefeito em Curitiba	[...] O prefeito [Nome] continua cumprindo agenda em Curitiba e recebeu na manhã desta terça-feira, do Secretário de Estado da Justiça, Família e Trabalho, [Nome], a informação de benefícios que o município de M2 foi contemplado e que estão à disposição para adesão. [...] “Agradecer ao Secretário da pasta [Nome do Secretário] pelos benefícios que o município poderá fazer a adesão, também ao governo do estado e ao deputado [Nome do Deputado], por sempre intermediar as pautas na capital do estado, são benefícios importantíssimos para as pessoas em vulnerabilidade social”, assegurou o prefeito [Nome].
Agenda do Prefeito em Curitiba	Cumprindo uma extensa agenda em Curitiba, o prefeito [Nome] esteve na Secretaria do Desenvolvimento Urbano e de Obras Públicas do Paraná – SEDU, onde entregou várias solicitações de recursos a fundo perdido para pavimentação, para execução de infraestrutura e também recurso a fundo perdido para sanar problemas com erosão em alguns pontos do município. A agenda havia sido alinhada pelo deputado estadual e líder do governo [Nome do Deputado].
Convite para inauguração de empresa	O prefeito [Nome], juntamente com a primeira-dama e Secretária de Assistência Social e da Mulher [Nome da Primeira-Dama], estiveram na [nome da empresa] em Medianeira para uma visita. Na oportunidade, foram recepcionados [nome dos diretores da empresa], [...] que aproveitando a visita entregaram o convite para a inauguração do maior Frigorífico de abate de suínos da América Latina [...]. O prefeito [Nome] apresentou alguns projetos que já foram iniciados e outros que serão executados, nas áreas da habitação, saúde, segurança pública e outras, graças ao empenho do deputado estadual e líder do governo [Nome do Deputado].
Anúncio de autorização de obra em escola	<p>Na quinta-feira (1), o deputado estadual e líder do governo [Nome do Deputado], anunciou ao prefeito [Nome] a autorização para a reforma da Escola [...] que atende atualmente 600 alunos.</p> <p>O imóvel no qual funciona a Escola, foi doado para o município pois pertencia ao estado. A solicitação estava tramitando no governo do estado e [Nome do Deputado], ainda como Secretário de Administração e Previdência, solicitou agilidade no processo e dessa forma a sensibilidade do governador [nome do governador], o prédio foi doado para o município e usado de forma exclusiva para o ensino fundamental. Por se tratar de um prédio construído em 1962, o mesmo necessita de uma reforma e isso também foi agilizado por [Nome do Deputado].</p> <p>“Queremos agradecer o empenho do deputado Micheletto em atender as demandas do município, além de viabilizar a doação da escola, não mediu esforços para agilizar o processo para a reforma da escola”, salientou o prefeito [Nome do Prefeito].</p> <p>“Isso mostra o nosso comprometimento com [nome do Município], e fico muito feliz em saber que tudo que planejamos em relação a Escola [Nome da Escola] está acontecendo e não poderia ser diferente pela importância para a nossa cidade”, destacou [nome do deputado].</p>

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

Os trechos transcritos no Quadro 19 podem comunicar traços de uma administração patrimonialista e assim contrária à governança pública. A escolha de

publicações com citações ou fotos de agentes públicos indica um desalinhamento de uma comunicação pública voltada para o cidadão (COMEL; BRODBECK; QUADROS, 2021).

Na ótica de E2, o papel da comunicação da Prefeitura “é informar e dar condições para que as pessoas tenham condições de entender o que está acontecendo, [...] Divulgamos a ação, mas também a preocupação de chamar, de convidar, de esclarecer, de dizer para apoiar”. Na entrevista, E2 não conseguiu relacionar a comunicação governamental com a governança pública para além da divulgação de informações. O município não possui normativa para uso das mídias sociais.

No tocante ao uso de recursos multimídia, todas as publicações tiveram ao menos um tipo de recurso: foram utilizadas fotos em 70,37% das publicações; imagens em 18,52% das publicações; vídeos em 11,11% e ainda foram utilizados *links* em 7,41% das publicações. Ao relacionar os recursos multimídias com as categorias de conteúdo das publicações, verificou-se que todas as categorias se utilizaram de fotos, sendo que ‘ação governamental’ e ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ utilizou também vídeos, ‘eventos’ utilizou imagens e ‘serviços’ utilizou imagens e *links*.

A Prefeitura, quanto ao engajamento de suas publicações nas mídias sociais, obteve uma média de reações por publicação foi de 26,78 (desvio padrão de 24,99). Ao olhar cada mídia social, verifica-se que no Facebook a média de reações por publicação foi de 19,70 (desvio padrão de 20,96), enquanto no Instagram a média foi de 8,68 (desvio padrão de 5,78), ou seja, as publicações do Facebook da Prefeitura têm maior engajamento do que as publicações do Instagram. A Tabela 13 relaciona o conteúdo das publicações e as reações obtidas.

**Tabela 13 – Conteúdo e reações das publicações da Prefeitura de M2**

<b>Categorias</b>	<b>Reações (média)</b>	<b>Desvio padrão</b>
Ação governamental	28,27	18,48
Eventos	37,33	37,11
Serviços	8,14	6,52
Promoção da cidade e dos cidadãos	60,50	2,12
COVID-19	10,00	0,00

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

Com base na Tabela 13, a categoria ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ foi a que mais gerou reações em média nos usuários das mídias sociais – foram duas publicações que destacaram o fato de alunas de uma escola municipal terem sido premiadas nacionalmente na categoria música do Prêmio Ministério Público do Trabalho. A segunda categoria que mais gerou reações nos usuários, tendo obtido média bem superior à geral, foi a categoria ‘eventos’, que contou com publicações a respeito de inauguração de uma empresa importante para o município, evento de natal, eventos esportivos, entre outros eventos. As duas categorias indicam o tipo de conteúdo que os seguidores da Prefeitura nas mídias sociais mais interagem já que a categoria ‘ações governamentais’ esteve próxima à média geral e as demais categorias abaixo da média geral.

A questão do diálogo e participação pelas mídias sociais da Prefeitura aponta que 37,04% das publicações tiveram ao menos um comentário por parte dos usuários, no entanto, a Prefeitura não respondeu nenhuma publicação. A Tabela 14 mostra as publicações da Prefeitura de M2 que receberam comentários.

**Tabela 14 – Quantidade de comentários nas publicações da Prefeitura de M2**

<b>Categoria</b>	<b>Resumo</b>	<b>Comentários</b>
Promoção da cidade e dos cidadãos	Premiação de alunas do município em evento nacional	17
Eventos	Evento de Natal	10
COVID-19	Baixa procura por vacinação contra COVID-19	7
Serviços	Convocação de candidatos aprovados em Concurso Público	5
Promoção da cidade e dos cidadãos	Premiação de alunas do município em evento nacional	5
Ação governamental	Plantio de mudas de arborização em área urbana	4
Ação governamental	Entrega de notebooks em casas lares e acolhimento	3
Eventos	Convite para inauguração de empresa	2
Ação governamental	Anúncio de autorização de obra em escola	2
Serviços	Alteração de horário de atendimento da Prefeitura	1

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

Conforme indica a Tabela 14, a população fez comentários sobre as publicações, buscando estabelecer suas opiniões sobre os assuntos tratados, porém a Prefeitura não estabeleceu o diálogo por meio das mídias sociais, ou seja, não respondeu a nenhum comentário feito. Na publicação sobre a baixa procura por vacinação contra COVID, foram feitos comentários questionando o teor da publicação: (i) “Engraçado que fui levar meu filho ontem para tomar a primeira dose

dele é está em falta”; (ii) “Pois é, levei o meu hoje não tem vacina e não tem previsão pra chegar vai entender isso”; (iii) “Fui ao posto central falaram que está em falta a vacina do covid que só chega semana que vem, sem falar que só atendem até às 16:30, achei que o horário de atendimento fosse até as 17:30 horas”; (iv) “Mas que engraçado. Acabei de sair de lá e não tem vacina pra tomar!”. Nesse sentido, teria sido importante a Prefeitura esclarecer a população sobre a disponibilidade de vacinas.

Já na publicação sobre plantio de mudas de arborização em área urbana, um comentário traz uma pergunta direta: “tem como arrumar umas mudas pra gente plantar em frente à casa?” e outros dois comentários sugerem outros locais para o plantio de árvores: (i) “Parabéns pelo trabalho, está faltando árvores em uma parte do canteiro central da avenida radial leste. Por ser rota de caminhão as árvores ajudariam muito na purificação do ar”; (ii) “Na avenida [...] não tem nem uma árvore”. Novamente se verifica a ausência de respostas da Prefeitura para questionamentos pertinentes ao assunto da publicação.

A experiência de E2 com a participação de pessoas em eventos da Prefeitura divulgados pelas mídias sociais não é positiva: “Nós tivemos uma audiência pública [...] aí o município então promoveu, divulgou toda a situação da audiência pública para o corte da árvore, que é por lei, tem que ser de tem que ser realizado. Nós tivemos a participação de uma pessoa, então assim, uma pessoa participou e não é diferente das outras audiências públicas. As pessoas não têm interesse mesmo. O interesse só existe quando [...] foi aventada a possibilidade de ocorrer um aumento do salário dos vereadores. A Câmara ficou tomada de pessoas, de pessoas revoltadas. Foram lá para manifestar ou para dizer que eram contrárias a isso. Quando é para o benefício ou para a transparência de ações do município, infelizmente a população deixa a desejar”.

Sobre o impacto das mídias sociais junto à população do município, E2 relata que “a mídia rádio que aqui no interior muitas pessoas têm, é muito forte no interior, principalmente, nós temos aqui uma área muito grande de agricultura, que são mais de 1000 km<sup>2</sup>, então, as pessoas que ainda estão no campo, eles têm uma facilidade de mídia rádio. A mídia rádio chega com mais facilidade. Não que eles não tenham internet, tem sim, mas o rádio é mais forte”.

### 4.3 Caso do município M3

A Prefeitura do município M3, o qual tem a população aproximada de 35 mil pessoas, conta um setor de comunicação estruturado como uma secretaria municipal denominada de Secretaria de Comunicação Social. Conta com prédio próprio e, além da estrutura própria da Secretaria, com oito pessoas mais o próprio Secretário de Comunicação Social, conta ainda com uma rádio FM pública com sete pessoas.

Em relação às mídias sociais, a Prefeitura trabalha com o Facebook e o Instagram. No Facebook, a Prefeitura possui a conta oficial desde 18/03/2015 e soma um total de 18 mil seguidores o que representa cerca de 51,43% da população atual. Por sua vez, a Prefeitura utiliza o Instagram desde 19/03/2021 e a conta oficial possui 2.964 seguidores, o equivalente a 8,47% da população.

As publicações no Facebook da Prefeitura, no período pesquisado, totalizaram o número de 25, resultando assim na média de 3,57 publicações por dia (desvio padrão de 1,62). Todos os dias da semana tiveram pelo menos duas publicações, sendo que o dia da semana em que tiveram mais postagens foi segunda-feira – 7 publicações. Ao verificar as publicações no Instagram, a Prefeitura fez 12 publicações, alcançando uma média de 1,71 publicações por dia (desvio padrão de 0,95). O dia com maior número de publicação foi terça-feira com 3 publicações e não houve publicação na sexta-feira.

Apenas uma publicação do Instagram não foi de conteúdo também presente no Facebook, dessa forma, a Prefeitura produziu um total de 26 publicações para as mídias sociais ao longo do período pesquisado. A Tabela 15 traz a relação percentual das publicações com as categorias de conteúdo.

**Tabela 15 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M3**

<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>	<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>
Ação governamental	26,92%	Promoção da cidade e dos cidadãos	7,69%
Eventos	23,08%	COVID-19	0,00%
Serviços	26,92%	Relacionamento	3,85%
Campanhas educativas	11,54%		

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

A Prefeitura distribui seus conteúdos nas mídias sociais, conforme se verifica na Tabela 15, em ‘ações governamentais’, ‘eventos’ e ‘serviços’ de forma

semelhante, sendo que estas categorias respondem por aproximadamente 77% dos conteúdos publicados. As 'campanhas educativas' são a quarta categoria mais comunicada, seguida por 'promoção da cidade e dos cidadãos' e 'relacionamento'. No período pesquisado não houve publicações relacionadas à COVID-19.

A relação entre os conteúdos publicados e governança pública ocorreram da seguinte forma: 26,92% das publicações se relacionam com ao menos um princípio de governança pública, sendo o princípio de 'relacionamento com as partes interessadas' com maior número de publicações relacionadas: (i) evento 1º Encontro de Agricultura Familiar em parceria com órgãos estaduais; (ii) prêmio "Valor Ler Geração Digital" em parceria com grupo de comunicação privado; (iii) ação Ônibus Lilás - orientação psicológica e jurídica em parceria com Secretaria do governo estadual; e (iv) cursos profissionalizantes em parceria com sistema S. O princípio de 'competência e capacidade' foi comunicado na publicação relacionada à qualificação e capacitação para os conselheiros tutelares. Por fim, o princípio de 'visão estratégica' pode ser relacionado com as duas publicações de campanhas educativas de reciclagem que visam a promoção da sustentabilidade.

A pessoa responsável pela gestão de comunicação da Prefeitura de M3, E3, entende que a comunicação governamental do município, além do papel constitucional, busca "divulgar conteúdos sobre causas sociais, como campanhas sobre combate à violência contra mulher, criança, idoso e outros em situação de vulnerabilidade", além de conteúdos voltados para a "mudança de comportamento para benefício de todos, como o cuidado com o meio ambiente e o funcionamento do sistema de coleta e destinação do lixo". Sobre o papel das mídias sociais na comunicação governamental, E3 acrescenta que são "uma ferramenta importante para avisos como interdição de pontes, obras em andamento, desvio nas ruas e outras utilidades públicas".

A relação entre governança pública e comunicação governamental, por intermédio das mídias sociais, é vista por E3 como o atendimento das "necessidades de prestação de contas sobre o atendimento dos cidadãos ávidos por soluções e direitos e, por outro lado, abre espaço para *feedback* e debate sobre as ações da gestão, podendo nortear a tomada de decisões". A Prefeitura não possui uma normativa relacionada à atuação nas mídias sociais.

O uso de recursos multimídia, como fotos e imagens, foi realizado em todas as publicações. Adicionalmente, foram utilizados *links* em 34,62% das publicações e



*hashtags* em 19,23%. Não foi utilizado o recurso multimídia vídeo em qualquer das mídias sociais. Sob a ótica das categorias de conteúdo, de forma geral, as categorias ‘ações governamentais’ e ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ são divulgadas por meio de fotos, já que se tratam, em regra, de ação já ocorrida, enquanto a categoria ‘eventos’ e ‘serviços’ são imagens que convidam para ação que se realizará. As campanhas educativas também foram divulgadas por meio de imagens.

O engajamento das publicações da Prefeitura, que trata tanto das reações ao conteúdo quanto aos comentários realizados, teve uma média de 91,96 reações por publicação (desvio padrão de 87,97) porém, isolando cada mídia social, constata-se que no Facebook a média foi de 75 reações por publicação (desvio padrão de 70,79) ao passo que no Instagram a média foi de 43 reações por publicação (desvio padrão de 33,83), desta forma, observou-se que o Facebook gera maior engajamento do que o Instagram.

Sob o prisma dos conteúdos publicados, a Tabela 16 relaciona o conteúdo das publicações e as reações obtidas.

**Tabela 16 – Conteúdo e reações das publicações da Prefeitura de M3**

<b>Categorias</b>	<b>Reações (média)</b>	<b>Desvio padrão</b>
Ação governamental	105,43	73,31
Eventos	119,67	92,16
Serviços	29,29	11,98
Campanhas educativas	48,67	14,57
Promoção da cidade e dos cidadãos	263,00	137,18
Relacionamento	58,00	0,00

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

Com base na Tabela 16, três categorias geraram mais reações que a média geral. A categoria ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ foi a que mais gerou reações em média nos usuários das mídias sociais – foram duas publicações que trataram de premiação para alunos da rede municipal de ensino. A segunda categoria que mais gerou reações nos usuários, foi a categoria ‘eventos’, que contou com publicações sobre passeio ciclístico, evento alusivo ao Novembro Azul, evento Caminho dos Tropeiros e evento de Natal. A terceira categoria, em número de reações, foi ‘ação governamental’, em especial por conta das publicações sobre o 1º Encontro de Agricultura Familiar, a Semana de Saúde Bucal e a ação Ônibus Lilás.

Dessa forma, essas três categorias refletem o tipo de conteúdo que mais provoca reações nos seguidores da Prefeitura.

Por fim, um segundo aspecto do engajamento, a análise do diálogo e participação por meio das mídias sociais se dá por meio dos comentários feitos pelos cidadãos nas publicações da Prefeitura: 57,69% das publicações tiveram ao menos um comentário. Na Tabela 17 estão listadas as categorias, publicações e quantidade de comentários recebidos.

**Tabela 17 – Quantidade de comentários nas publicações da Prefeitura de M3**

<b>Categoria</b>	<b>Resumo</b>	<b>Comentários</b>
Eventos	Evento de Natal	32
Eventos	Evento de Natal	22
Ação governamental	1º Encontro de Agricultura Familiar	20
Promoção da cidade e dos cidadãos	Prêmio Esportivo das Escolas Municipais	16
Promoção da cidade e dos cidadãos	Prêmio "Valor Ler Geração Digital"	14
Eventos	Evento Caminho dos Tropeiros	12
Eventos	Evento Passeio ciclístico	11
Ação governamental	Cursos profissionalizantes	10
Ação governamental	Ação Ônibus Lilás - orientação psicológica e jurídica	8
Ação governamental	Semana de Saúde Bucal	7
Ação governamental	Conferência Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente	6
Campanhas educativas	Campanha educativa de reciclagem	4
Ação governamental	Capacitação para Conselho Tutelar	3
Eventos	Evento Passeio ciclístico	2
Serviços	Feira Verde	1

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

A Tabela 17 indica que, assim como as reações dos usuários, os comentários são feitos em maior número nas publicações das categorias ‘eventos’, ‘ação governamental’ e ‘promoção da cidade e dos cidadãos’. De forma geral, os comentários feitos pelos cidadãos do município são positivos e tratam de parabenizar à cidade e à gestão da Prefeitura. O perfil da Prefeitura fez somente um comentário, respondendo à indagação sobre horário de início de evento de Natal. Contudo, observou três situações que poderiam ter sido respondidas pela Prefeitura e não o foram: (i) na publicação sobre o passeio ciclístico: “Foi muito bom esse evento, mas cadê as fotos da feira gastronômica?”; (ii) na publicação sobre a

programação de Natal da cidade: “Que horas vão passar nos bairros?” [a publicação fazia referência a “Papai Noel nos Bairros”]; e (iii) na publicação sobre o evento de Natal: “Sem transporte coletivo como a gente volta pra casa?”. Este último comentário foi feito na mesma publicação que a Prefeitura respondeu sobre o início do evento, dessa forma, o cidadão viu a oportunidade de estabelecer o diálogo, porém não obteve êxito, já que a Prefeitura não o respondeu.

Não obstante, E3 afirma que a Prefeitura utiliza as métricas das próprias plataformas e ainda monitora as reações e comentários nas mídias sociais e que observa o engajamento de forma prática por meio da participação da população em eventos, campanhas e propostas da Prefeitura Municipal.

#### **4.4 Caso do município M4**

O município M4 tem aproximadamente 40 mil pessoas e a Prefeitura conta com um setor de comunicação, denominado Departamento de Comunicação, que é vinculado à Secretaria Municipal de Relações Institucionais. O Setor é composto por 3 pessoas: 2 jornalistas e um fotógrafo, responsáveis por produzir os conteúdos veiculados pela Prefeitura, além da agência de publicidade contratada para veiculação de campanhas mais abrangentes. A pessoa responsável pela comunicação da Prefeitura, E4, afirma que “nós temos uma preocupação a fim de não sermos apenas só reativos, quando acontece algum problema, mas também termos uma divulgação proativa, ou seja, informar a população do que ocorre na administração e na cidade”, embora, segundo E4, “como em qualquer pequena cidade do interior, a estrutura é pequena para atender tantos assuntos”.

No momento da pesquisa, a Prefeitura utilizava somente o Facebook, onde possui perfil oficial desde 26/03/2013 e conta com 13 mil seguidores, o que representa cerca de 32,50% da população atual. Em relação ao Instagram, E4 informou que “nós não fizemos Instagram porque na verdade, eu, particularmente não uso, eu tenho uma conta no Instagram, mas raramente uso. Então, eu não tenho assim afinidade com a rede. Aí, assim, para você criar um perfil no Instagram, como prefeitura, eu nem sei como faz, na verdade. Eu teria que fazer em meu nome, daí passar... como é o Facebook, não é? Facebook, você pega sua conta pessoal, acaba passando para a prefeitura. Então assim, na verdade é um imbróglio jurídico

aí que a gente nem sabe”. Posteriormente à entrevista, a Prefeitura abriu uma conta oficial em 2023. No momento do levantamento o perfil no Instagram possuía apenas 226 seguidores, o que equivale a 0,57% da população.

No período pesquisado, o Facebook da Prefeitura realizou um total de 9 publicações, sendo 2 publicações na terça-feira e 7 na quarta-feira, o que equivale a uma média de 1,29 publicação por dia (desvio padrão de 2,63). Ainda, o perfil oficial da Prefeitura compartilhou 6 publicações de perfis relacionados à Prefeitura, sendo 3 na segunda-feira e 3 na sexta-feira. Nos três dias restantes da semana – quinta-feira, sábado e domingo – a Prefeitura não realizou qualquer publicação. Em relação à categorização do conteúdo publicado, a Tabela 18 elenca o percentual de publicações em cada categoria de análise.

**Tabela 18 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M4**

<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>	<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>
Ação governamental	77,78%	Promoção da cidade e dos cidadãos	11,11%
Eventos	11,11%	COVID-19	0,00%
Serviços	0,00%	Relacionamento	0,00%
Campanhas educativas	0,00%		

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

A partir da Tabela 18 depreende-se que a Prefeitura utilizou as mídias sociais para comunicar suas ‘ações governamentais’ em 77,78% das publicações, tendo ainda comunicado sobre ‘eventos’ e ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ em 11,11%. As demais categorias não tiveram publicações relacionadas no período. Ao verificar as publicações compartilhadas pela Prefeitura verifica-se que 66,67% tratavam de ‘ação governamental’ e 16,67% das publicações compartilhadas comunicavam ‘serviços’ e ‘eventos’ cada.

A relação entre o conteúdo publicado e a governança pública foi identificada em três postagens da Prefeitura, o que equivale a 33,33% do conteúdo publicado: (i) na publicação sobre o recebimento de prêmio “Band cidades excelentes” pela Prefeitura remete-se à governança pública como um todo que é um dos pilares desta premiação; (ii) na publicação que tratou da aquisição de um veículo 0Km foi possível relacionar os princípios de transparência e *accountability*, já que o conteúdo informa o modelo do veículo, a finalidade, a origem do recurso e o custo da aquisição; e (iii) na publicação que tratou da dificuldade da pavimentação de uma região foi possível identificar o princípio da *accountability* pois prestar contas do

andamento da obra e informar a dificuldade que o solo apresenta para a execução do serviço.

Para E4 o papel das mídias sociais na comunicação governamental é muito importante: “As pessoas participam pelas redes sociais. Existe, por exemplo o site, existe ouvidoria, mas ninguém usa”. Contudo, quando se trata da relação da governança pública e comunicação governamental, E4 trata do cenário ideal de uso das mídias para “promover políticas públicas e de participação popular” em contraponto ao cenário da própria Prefeitura: “nós assim não fazemos nada para estimular as pessoas a participarem [...], os 3 [...] que são membros do departamento são ocupantes de cargo em comissão. E por ser ocupante de cargo em comissão, nós estamos mais preocupados em fazer a divulgação dos feitos administrativos”. Nesse sentido, E4 pondera que “a prefeitura deveria ter um departamento de comunicação fixo. Funcionários de carreira, concursados”.

Ao analisar o número de reações das publicações da Prefeitura, um primeiro aspecto de engajamento, verifica-se uma média de 81,33 reações por publicação (desvio padrão de 169,30). A publicação com maior número de reação foi a que tratou sobre o evento de abertura da programação de Natal da cidade, com 524 reações. Na sequência, a publicação que comunicou uma ação governamental de limpeza pública teve 108 reações. As demais publicações ficaram abaixo da média geral. Assim, verifica-se que a comunicação de eventos foi a que mais gerou reações nos usuários.

Um segundo aspecto do engajamento, os comentários dos usuários ocorreram em 66,67% das publicações e respostas da Prefeitura ocorreram em 33,33% do total de publicações. A publicação sobre o evento de Natal foi a que mais gerou comentários: 103. Nesta publicação, embora a maioria das manifestações tenham sido positivas, um comentário questionando os gastos com o evento de Natal em detrimento de gastos em saúde gerou outros comentários por parte dos usuários, bem como respostas da Prefeitura, suscitando uma discussão sobre o tema e assim acarretando o elevado número de comentários.

Nas respostas da Prefeitura foi esclarecido que “quanto à Saúde e Educação, recebem investimentos acima dos índices obrigatórios, escolas e postos de saúde estão em reformas, serviços estão sendo melhorados. E irão melhorar mais. Uma coisa não exclui a outra”, ainda, sobre o orçamento municipal, a Prefeitura esclareceu que: “o Orçamento Municipal é uma lei, votada num ano para

valer no ano seguinte. Os valores são definidos nessa lei, e podem sofrer alterações, por outra lei, para incluir um dinheiro novo que entra, ou excluir um outro que não entrou. Via de regra [...] quando é definido em lei que tal ou qual Secretaria tem seu recurso, ela aplica naquilo que foi previsto. Quanto à Saúde, por exemplo, o Município é obrigado a aplicar, no mínimo, 15% do Orçamento. E 25% com Educação. No município sempre se gasta mais que isso nas duas Secretarias. Isso não é nossa opinião, são fatos”. No total, foram 9 respostas da Prefeitura nesta publicação.

A segunda publicação que mais teve o maior número de comentários foi a que tratava da aquisição de um veículo 0Km para a Prefeitura com 30 manifestações. O texto da publicação foi o seguinte: “A Prefeitura Municipal de M4 acaba de adquirir uma pick-up Toro, OKM, para atendimento à Secretaria Municipal de Agricultura, Pecuária e Meio Ambiente. O veículo foi adquirido graças a uma emenda do deputado estadual [nome] e contrapartida do Município, e custou R\$ 224 mil” e a mesma foi acompanhada por fotos do veículo.

Alguns comentários foram a respeito do valor do veículo, que seria superior ao valor de mercado, ao que a Prefeitura assim esclareceu: “Na licitação, a Prefeitura não vai à loja mais barata para comprar. Ela abre um edital, e as empresas é que vão participar. Uma empresa pode ter a Fiat Toro por R\$ 100 mil, mas se ela não entrar no *site* do pregão, não se registrar lá, e não der lance, a Prefeitura não pode comprar dela. Digo *site* porque veículos são adquiridos em pregões eletrônicos, em *site* especializado nisso. Já ocorreu de pessoas nos dizendo para entrar no Mercado Livre, mas isso não é permitido pela lei de licitações”.

Outros comentários questionaram a destinação do recurso, ao invés de ser usado para a saúde, ao que a Prefeitura se posicionou: “Esse recurso utilizado na aquisição da camionete veio destinado pra essa finalidade específica” e ainda complementou com uma notícia do site da Prefeitura que trata de recursos para a saúde obtidos junto ao governo do Estado. Um outro comentário sugeriu a terceirização da frota: “Prefeitura [...] se um dia for possível seria mais vantajoso terceirizar a frota da prefeitura. Assim, a prefeitura não teria gastos e atraso em manutenção, a empresa terceirizada arcaria com tudo. Muitas empresas estão fazendo isso com suas frotas”. Embora a Prefeitura tenha dado um total de 8

respostas nesta publicação, este último comentário não foi respondido pela Prefeitura.

A terceira publicação com maior número de comentários e que a Prefeitura se fez presente também nas respostas foi sobre instalação de contêineres para depósito de lixo com 21 comentários. Os comentários respondidos pela Prefeitura tratavam de dúvidas sobre a possibilidade de descarte de lixo reciclável, lixo eletrodoméstico e lixo eletrônico aos quais a Prefeitura esclareceu que os contêineres são para lixo orgânico e que os demais lixos contam com pontos de coleta específicos. Foram 3 comentários da Prefeitura nessa publicação, contudo, três manifestações sugeriram outros locais para instalação do depósito de lixo e não foram respondidas pela Prefeitura. Nas três publicações que tiveram grande número de comentários, pode-se ver a questão do diálogo acontecendo por meio das mídias sociais, mediante a interação dos usuários com a Prefeitura e com os outros seguidores da página oficial.

Por fim, E4 relatou que a pandemia do COVID-19 aumentou muito a responsabilidade da comunicação governamental da Prefeitura, inclusive no combate à *fake news*. Relatou ainda que a participação da população permanece baixa: “Infelizmente, poucas pessoas se interessam pelo que acontece de verdade dentro da prefeitura. [...] As pessoas não acompanham a política no dia a dia, os acontecimentos e deixa para se informar quando está chegando a hora de votar [...]. E nós precisamos evoluir nisso [...]. Por isso que a gente procura só dar informação correta, só dar informação que vai ser útil para alguma coisa. Mas, infelizmente, não são muitos. Pois é, porque quando eu lhe falo em 12.000 na página é bastante, mas antes da pandemia eu acho que não tinha 5.000. E o ideal era que tivesse 20 a 25.000, pelo menos os adultos”.

#### **4.5 Caso do município M5**

O município M5 possui aproximadamente 80 mil pessoas e a Prefeitura Municipal dispõe de um setor de comunicação, denominado “seção de comunicação social”, vinculado hierarquicamente ao Gabinete do Prefeito. Em termos de quadro de pessoal, o setor de comunicação possui 8 pessoas, sendo três jornalistas, um designer, um diagramador, dois assistentes administrativos e o chefe do setor. Além

da estrutura própria, o setor de comunicação faz uso de agência de publicidade para veiculação de campanhas da Prefeitura que, para o(a) responsável pelo gestor de comunicação – entrevistado E5, é a forma legal de utilizar o recurso público destinado no orçamento municipal para a comunicação social.

Na comunicação governamental por meio de mídias sociais, a Prefeitura faz uso do Facebook e Instagram. No Facebook, a Prefeitura possui a conta oficial desde 28/11/2014 e soma um total de 36 mil seguidores o que representa cerca de 45% da população, enquanto no Instagram, a Prefeitura possui conta oficial desde 12/11/2018 e possui 7.245 seguidores, o equivalente a 9,06% da população.

Em relação às publicações nas mídias sociais, no período pesquisado a Prefeitura fez 6 publicações no Facebook, o que significa uma média inferior a uma publicação por dia – média de 0,86 (0,68 de desvio padrão). Apenas na terça-feira a Prefeitura fez duas publicações; na quinta e sexta-feira não fez publicação alguma. Já no Instagram, a Prefeitura fez 5 publicações, novamente resultando em uma média inferior a uma publicação por dia – 0,71 (desvio padrão de 0,76). Na quinta-feira, sexta-feira e sábado não tiveram publicações e o dia com mais postagens foi terça-feira com 2 publicações.

Todas as publicações no Instagram são do mesmo conteúdo do Facebook, assim sendo, a Prefeitura produziu um total de 6 publicações para as mídias sociais ao longo do período pesquisado. Na Tabela 19 são mostrados os percentuais do conteúdo publicado por categoria.

**Tabela 19 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M5**

<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>	<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>
Ação governamental	33,36%	Promoção da cidade e dos cidadãos	0,00%
Eventos	66,67%	COVID-19	0,00%
Serviços	0,00%	Relacionamento	0,00%
Campanhas educativas	0,00%		

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

A partir da Tabela 19 verifica-se que as mídias sociais da Prefeitura abordaram duas categorias de conteúdo: ‘ação governamental’ e ‘eventos’. Na primeira categoria, ‘ação governamental’, foram duas publicações que trataram de (i) instalação de playground e (ii) construção de Ginásio Esportivo. Na segunda categoria, ‘eventos’, foram quatro publicações relacionadas ao (i) Paranaense de



Motocross, (ii) Caminhada Internacional na Natureza, (iii) evento de Natal e (iv) show de um artista de renome nacional na cidade.

A relação do conteúdo publicado com princípios de governança pública pode ser observada nas publicações de ‘ações governamentais’: (i) na publicação sobre instalação de playgrounds observa-se o princípio de *accountability* ao comunicar os locais que estão sendo beneficiados com a ação governamental; e (ii) na publicação sobre a construção de Ginásio Esportivo verifica-se o princípio da transparência pois na publicação informa-se o valor total de recursos empregados na realização da obra.

O papel da comunicação governamental, para E5, “não é falar a torto e direito, e sim uma prestação de contas. Porque a população merece saber e, claro, saber da melhor forma possível. Não é de uma forma, digamos assim, técnica. Você não vai ficar mostrando plantas de projetos para os cidadãos, você vai mostrar uma forma entendível. Não importa como você faça, isso que a gente leva muito a sério, não importa como você faça, qual padrão, técnica que você vai seguir para você conseguir comunicar, o que importa é ser entendido”.

No contexto da comunicação governamental, E5 destaca o papel da Prefeitura no combate à *fake news*: “na pandemia, nós fizemos e inclusive estamos fazendo ainda toda a comunicação da situação, seja o boletim informativo e também de vacina, o nosso vacinômetro. Tudo passa pela comunicação, até para a gente seguir uma linguagem, uma identidade visual, para que as pessoas também deem mais credibilidade. Nós sabemos uma realidade do *fake news*, [...] e isso atrapalha muito o serviço público. [...] Isso é uma luta que nós temos todo dia, para tentar reverter as mentiras, *fake news* mesmo. Porém, da seção de comunicação social, nós não podemos ficar só correndo atrás disso. Porque senão, a gente não trabalha também, porque todo dia tem um *fake* novo criado de determinado assunto. Quando é alguma coisa assim que a gente sente que realmente está tendo um reflexo negativo [...] porque pessoas poderão ser prejudicadas por causa daquela notícia falsa [...] a gente trata com seriedade”.

O uso de mídias sociais pela Prefeitura, segundo E5, foi sendo aprimorado ao longo dos anos e optou-se por uma comunicação centralizada na página oficial da Prefeitura: “por credibilidade e também popularidade, porque você vai postar num perfil, numa página de Facebook com 10 seguidores ou em uma de 30.000?”. Contudo, essa opção e a utilização de mídias sociais pela Prefeitura padece de uma

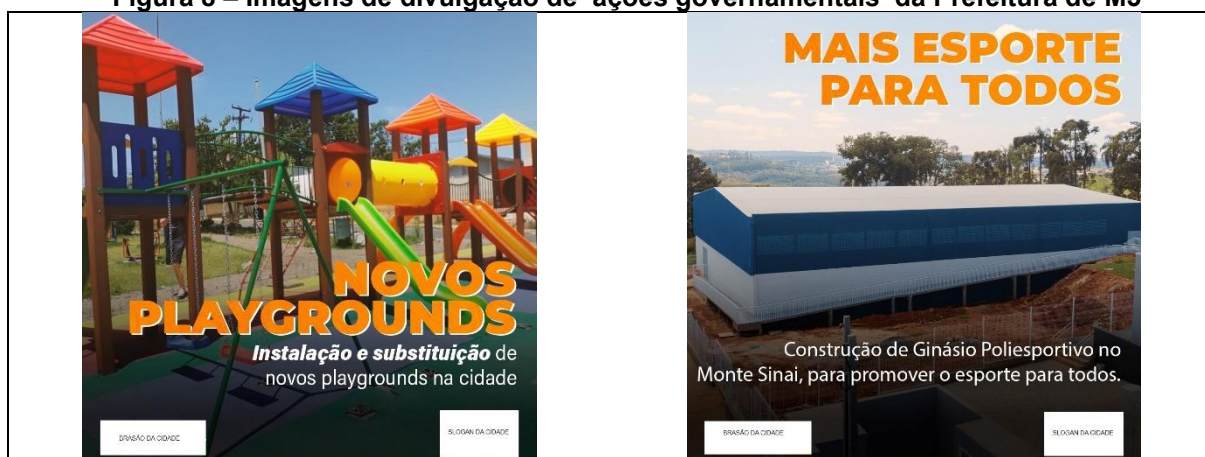
normativa: “Não temos (uma normatização sobre redes sociais) e é uma coisa que seria interessante. A questão é regulamentar o que pode e o que não pode. E direcionar. Uma normativa municipal que acaba arrumando essa bagunça que às vezes vira, você não sabe mais o que é oficial, tem 10, 20 páginas”.

A relação entre governança pública e comunicação governamental, na ótica de E5 é “fundamental porque foi-se o tempo que quando uma prefeitura fazia e o povo tinha que aceitar, isso aí já não existe mais. Hoje o povo está inclusive, por força das redes sociais e essa inclusão digital que nós temos, hoje, o cidadão mais simples, tem um celular, uma internet, alguma coisa lá para se conectar e está sabendo alguma coisa de uma forma digital. Ele pode e deve participar. Então, aqui, nós temos audiências públicas, LDO, orçamento, essas coisas, é tudo participativo. Tudo é lançado. [...] Nós, antes da pré-audiência, dias antes, 3 meses antes, a gente utiliza os sites e redes sociais para divulgar essa audiência pública, que se realiza na Câmara junto com os vereadores. E nessa divulgação, nós já fazemos também uma consulta online”.

Contudo, segundo E5, a participação da população é baixa: “infelizmente o povo, não estou generalizando porque tem uma parcela que participa, mas a maioria prefere ficar atrás da rede social reclamando. Mas na hora dele participar, falar, uma sugestão, ele não vai. Infelizmente, essa é a realidade”. A Prefeitura tentou utilizar aplicativos específicos para participação da população ao invés do uso das mídias sociais, porém, não obteve sucesso: “A gente usa bastante as redes sociais, inclusive, os directos são respondidos. Até inclusive a gente tentava direcionar: ‘ah, então abra um chamado lá, use tal aplicativo’. Sabe aquela resistência da pessoa? Acho que todo mundo tem, de baixar um aplicativo e instalar no seu celular, uma coisa que você não vai usar”.

Todas as publicações da Prefeitura se utilizaram de recursos multimídias. O uso de hashtags nas postagens – com o slogan da Prefeitura de M5 – e do mesmo texto da hashtag nas imagens demonstraram um padrão de identidade visual não observado nos casos anteriores, conforme Figura 8, onde constam as imagens que acompanharam as publicações das ações governamentais pela Prefeitura.

Figura 8 – Imagens de divulgação de ‘ações governamentais’ da Prefeitura de M5



Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Além das imagens constantes na Figura 8, as outras comunicações da Prefeitura, relacionadas aos ‘eventos’, seguem o mesmo padrão de cores caracterizando assim uma utilização padronizada dos recursos multimídias. Ainda sobre os recursos multimídia, E5 ressaltou a importância dos vídeos: “você vê um *post* estático é uma coisa, quando você vê um vídeo... claro, antes, a gente fazia vídeos gigantes, depois a gente foi aprendendo... é quanto menor, melhor. Hoje a gente faz 30 segundos, no máximo um minuto”.

Quanto às reações ao conteúdo publicado, a média geral foi de 86 reações por publicação (desvio padrão de 75,18), sendo a média de 41,83 no Facebook (desvio padrão de 31,58) e 53 no Instagram (desvio padrão de 47,25). Duas publicações ficaram acima da média geral: na categoria ‘ação governamental’ a publicação de instalação de novos playgrounds teve 186 reações e na categoria ‘eventos’ a postagem sobre a Caminhada Internacional na Natureza teve 178 reações. As demais tiveram um número de reações inferiores à média geral.

Em relação aos comentários, foram 100 comentários recebidos no conjunto de publicações, sendo que apenas a postagem sobre o evento Paranaense de Motocross não teve nenhum comentário, ou seja, 83,33% das publicações receberam ao menos um comentário. A Prefeitura respondeu apenas uma publicação, sendo tal resposta relativa ao conteúdo sobre um show que ocorreria na cidade, quando um usuário da mídia social perguntou se havia ingressos ainda disponíveis e o perfil da Prefeitura respondeu afirmativamente.

No entanto, nos comentários pode-se observar o diálogo entre os usuários da mídia social e representantes da população em seus perfis pessoais, como o secretário de obras da Prefeitura e vereadores da cidade. A publicação que mais

recebeu comentários, um total de 60 manifestações, foi sobre a instalação de playgrounds. O teor das manifestações por parte dos usuários foi no sentido de solicitar a instalação ou outras benfeitorias em distintos bairros do município e nesse sentido o secretário de obras e os vereadores interagiram com os cidadãos por meio da mídia social.

O secretário de obras da Prefeitura, utilizando seu perfil pessoal, em resposta ao comentário “não vejo a hora também de irem até o bairro [...] e tapar os buracos, aliás, vai ter que arrumar as ruas todas com asfalto novo por que cada dia é um buraco, e, não vejo ninguém ir ver isso lá” respondeu “já está programado sim”. E, em resposta ao comentário “no [...] também não tem nada e as crianças que querem brincar, brincam nas ruas porque não tem parquinho, não tem praças” o secretário de obras respondeu: “breve teremos um lindo complexo no [...], estamos em processo de desapropriação do terreno”.

Já o comentário: “enquanto outros lugares já está trocando, no bairro [...] até hoje nem fizeram uma praça e vereador nem se vira para nada” foi respondido por um vereador da cidade: “no bairro [...] foram feitos muros de arrimos: Na rua [...] em frente ao número 37, outro ao lado do 231, um na Rua [...], dois muros na rua [...], foram trocadas várias lâmpadas queimadas e colocados novos braços de luminárias, feita a troca de várias grelhas de bueiros, feito a limpeza geral em todos os bueiros, processo de revitalização do escadão já foi iniciado com a melhoria do escoamento da água da chuva e estamos atentos ao processo de regulamentação fundiária (documentação) das residências, já foi feito também o pedido de desapropriação do terreno para o complexo de lazer, para que seja iniciado. Esses são alguns dos trabalhos que tenho realizado durante meu mandato, estou à disposição para qualquer dúvida”.

O mesmo vereador respondeu ao comentário “poderia me dar uma informação sobre a rua [...], temos que deixar carro e moto na rua [...]” da seguinte forma: “como já levamos o secretário de Planejamento [...] nos falou que não seria possível fazer a rua aí, seria feito a canalização em primeiro passo agora vem a segunda etapa acabando com a erosão aí, e a rua não seria possível fazer”.

Um segundo vereador da cidade foi citado em um comentário relativo à melhoria em outro bairro da cidade: “já pedimos ao vereador [...] e até hoje nada”, ao que o citado vereador respondeu: “queria poder fazer isso do dia para a noite, mas não depende só de mim. Porém não desistimos e vamos cobrar o setor competente.

Fiz o protocolo ao setor competente e vamos cobrar”. Desta forma, embora o perfil oficial da Prefeitura não tenha se manifestado nos comentários, pode-se observar o diálogo estabelecido, tendo como contexto os princípios de governança pública.

Na questão de engajamento, E5 destacou a importância da licitação de uma agência de publicidade: “aí vem uma questão chave para você conseguir um alcance maior: que é o impulsionamento, e não existe forma legal [...] se não for via agência de publicidade licitada”. Por fim, E5 relatou que a participação da população é importante para a Prefeitura e que além de se utilizar das métricas das redes sociais levam em conta todos os serviços de comunicação, como inserções em televisão e rádio.

#### **4.6 Caso do município M6**

O município M6 conta com uma população de aproximadamente 150 mil pessoas. O setor de comunicação da Prefeitura está estruturado como uma Coordenadoria Executiva que inclui o departamento de comunicação, sendo a Coordenadoria vinculada à Secretaria de Governo. Na Coordenadoria são tratados, além da comunicação da Prefeitura, eventos e assessoria de imprensa. O departamento de comunicação, conforme o(a) gestor(a) de comunicação da Prefeitura – entrevistado E6, conta com uma equipe voltada para as redes sociais que é dividida entre: “(i) criação para rede social, que é uma linguagem específica. A gente às vezes faz uma variação entre Facebook e Instagram, porque são linguagens diferentes; (ii) respostas, a gente usa as pessoas para fazer essas respostas, tem uma equipe para isso; e (iii) vídeos, hoje você tem que captar, editar. Então esse pessoal não é específico para rede social, mas acaba tendo essa função”.

A Prefeitura do município de M6 utiliza para a comunicação governamental quatro mídias sociais: Facebook, Instagram, Twitter e Kwai. No Facebook, a Prefeitura possui a conta oficial desde 03/07/2013 e soma um total de 64 mil seguidores, o que representa cerca de 42,67% da população do município. Em relação ao Instagram, a Prefeitura utiliza desde 15/11/2014 e a conta oficial possui 31.890 seguidores, o equivalente a 21,26% da população. O perfil oficial da Prefeitura no Twitter foi criado em 15/11/2020 e conta com 691 seguidores. O perfil

na mídia social Kwai foi criado em 01/03/2023 e possui apenas 2 seguidores, logo, não existia no momento em que foi feita a entrevista e coleta de dados desta pesquisa.

Segundo E6, o início do uso do Facebook se deu a partir do momento que essa mídia social foi vista como uma ferramenta de comunicação importante para a população: “A gente criou a página a partir do momento que a gente entendeu que as pessoas estavam se informando por lá. Aliás, toda e qualquer mídia nova que acaba surgindo, a gente acaba adotando a partir do momento que ela toma uma relevância [...]. E daí vieram as outras redes sociais que a gente tem [...]. Temos o Instagram, na prefeitura hoje se comunica bastante com o Instagram. São públicos diferentes. Não sei, penso às vezes pelas estatísticas que a gente tem, a gente pensa que o Instagram é um público mais selecionado [...] que está ali mais para discutir mesmo os assuntos relacionados à prefeitura”.

A utilização do Facebook pela Prefeitura, no período pesquisado, ocorreu com um total de 47 publicações, alcançando uma média de 6,71 publicações por dia (desvio padrão de 2,98). Todos os dias da semana tiveram pelo menos 2 publicações, sendo que terça-feira e quarta-feira foram o dia com mais postagens – 10 publicações cada dia. Já na Instagram, a Prefeitura fez 42 publicações, o que resulta em uma média de 6 publicações por dia (desvio padrão de 2,52). Assim como no Facebook, todos os dias da semana tiveram publicações: sábado teve o menor número com 2 publicações enquanto terça-feira e quarta-feira foram 9 postagens, sendo este o maior número por dia. No Instagram, a Prefeitura compartilhou três publicações com conteúdo produzido por outros perfis não ligados à Prefeitura, sendo dois compartilhamentos de uma conta destinada a promover locais do próprio município e um compartilhamento de uma conta de uma psicopedagoga.

Tendo em vista que todas as publicações do Instagram tiveram o mesmo conteúdo do Facebook, a Prefeitura produziu um total de 47 publicações para as mídias sociais ao longo do período pesquisado. Em relação ao conteúdo, na Tabela 20 é indicada o percentual de cada categoria de análise.

**Tabela 20 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M6**

(continua)

<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>	<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>
Ação governamental	29,79%	Promoção da cidade e dos cidadãos	2,13%

**Tabela 20 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M6**

		(conclusão)	
<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>	<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>
Eventos	25,53%	COVID-19	8,51%
Serviços	19,15%	Relacionamento	2,13%
Campanhas educativas	12,77%		

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

De acordo com a Tabela 20, verifica-se a diversidade de categorias de conteúdo publicadas nas mídias sociais pela Prefeitura, com prevalência de ‘ações governamentais’ e ‘eventos’, seguidas pelas categorias ‘serviços’, ‘campanhas educativas’ e ‘COVID-19’. Com apenas uma publicação, as categorias ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ e ‘relacionamentos’ aparecem em menor número na comunicação governamental da Prefeitura. Acrescenta-se que das 3 publicações compartilhadas pela Prefeitura, 2 podem ser relacionadas à ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ já que se tratava de divulgação de locais de visitação da cidade e 1 pode ser relacionada à ‘ação governamental’ já que foi abordada a entrega de carteirinha de autismo pela Prefeitura.

A relação do conteúdo publicado com princípios de governança pública foi identificada em 36,17% das postagens feitas pela Prefeitura. Duas publicações se relacionaram diretamente à governança pública: (i) a ação governamental de promoção de um Seminário Regional dos Municípios Consorciados em Saúde – os consórcios intermunicipais podem ser vistos a partir da ótica da governança multinível para o processo do desenvolvimento regional (HENRICHES; MEZA, 2016); e (ii) a divulgação do recebimento da premiação “Band cidades excelentes”, que tem como um dos pilares a governança (INSTITUTO AQUILA, 2022).

Dentre os princípios de governança pública, o ‘relacionamento com as partes interessadas’ foi o que se verificou maior relação com o conteúdo publicado com 6 menções: (i) 3 publicações sobre cursos profissionalizantes em parceria com Sistema S; (ii) 1 publicação sobre cursos de qualificação em parceria com Centro de Integração Empresa-Escola, associações civis, sistema S e instituições de ensino superior; (iii) 1 publicação sobre Seminário de Crédito aos empresários em parceria com bancos e cooperativas; e (iv) evento sobre educação ambiental em parceria com uma instituição de ensino superior e Ministério Público.

Na sequência, o princípio de governança pública mais relacionado foi ‘visão estratégica’ com 3 menções: (i) publicação de campanha educativa visando a promoção da sustentabilidade; (ii) convite para participação em pré-conferências para construção de planejamento municipal em Direitos da Criança e do Adolescente; e (iii) publicação sobre atração de empresas de grande porte ao município.

Três princípios de governança pública tiveram o mesmo número de menções: 2. O princípio de ‘*accountability*’ em duas publicações sobre obras em que são informados prazos e outros detalhamentos, bem como acompanhamento da execução; o princípio de ‘competência e capacidade’ em duas postagens sobre participação de agentes públicos em eventos técnicos científicos e de formação; e o princípio de ‘*compliance*’ em duas publicações, sendo uma referente ao ensino obrigatório de história e cultura afro-brasileira e indígena por força de legislação federal e outra relacionada à proibição de fogos de artifícios com barulho de acordo com lei municipal.

O papel da comunicação governamental, na ótica de E6, além de informar é aproximar a Prefeitura e a população e a forma de se realizar esse papel é por meio de planejamento: “A gente sempre tem uma linha de comunicação, é o que que a gente quer passar e está acima da rede social. Geralmente a gente tem pesquisas qualitativa e quantitativa para ver em que ponto nós estamos. Então esse é um planejamento mais macro da comunicação”. Segundo E6, os slogans utilizados pela Prefeitura trazem a ideia do planejamento de comunicação e de ciclos desse planejamento: “O primeiro ciclo de comunicação nossa foi dizer [...]: ‘Faz mais por você’ [...] então toda nossa comunicação estava dentro disso. Dentro disso, a gente tenta trabalhar uma ideia, daí fomos passando: [...] ‘Orgulho de viver aqui’; ‘Uma cidade em transformação’ e agora ‘uma cidade preparada para o futuro’”.

A organização da comunicação da Prefeitura, embora seja uma cidade de porte grande, é centralizada no setor de comunicação, porém está passando por alterações: “nós acabamos adotando um sistema centralizado de comunicação. As secretarias passavam suas informações para comunicação e a gente tratava essa informação de alguma forma. Porque existe responsabilidades, comunicação com o público, existe responsabilidade. A gente tratava essa informação e publicava. Porém, as coisas vão evoluindo e a rapidez da informação alteram os processos e a gente tem que se adaptar a isso. Então tem secretarias que precisam comunicar e



tem muita coisa e a gente daí como departamento não dá conta. Então, por exemplo, a Secretaria de cultura, esporte e lazer, eles têm um Instagram próprio. A gente avalia se essas secretarias têm condições de tocar. A guarda municipal acabou tendo uma também. Turismo...”.

A relação da governança pública e da comunicação governamental, sob o prisma de E6 ocorre relacionado à transparência e eficiência: “M6 sempre primou pela transparência e pela eficiência. E a gente, então, começou a criar mecanismo para divulgar todas as coisas. Uma premissa da comunicação [...] é que nunca devia ficar nada sem resposta, seja para bem e para mal, a gente sempre dava a resposta. A Rede Social, ela ajuda nisso. Então a gente está sempre dando transparência para as ações da prefeitura”.

Também a possibilidade de participação foi destacada por E6 na relação comunicação e governança pelas mídias sociais: “Tem chamamentos públicos. A gente sempre usa as redes sociais para isso. [...] Cursos. Sempre está divulgando está na rede social. [...] COVID: nós tínhamos um boletim semanal, toda sexta-feira, a secretária de saúde municipal falavam como é que estava a COVID nessa discussão da transparência, solicitando a participação das pessoas em relação à vacina. [...] Temos levado para a rede social, feito *lives*, de todas as nossas audiências públicas. A participação é baixa, infelizmente. [...] De forma muito transparente e participativa. A gente criou mecanismos de participação online, onde as pessoas poderiam mandar suas mensagens”.

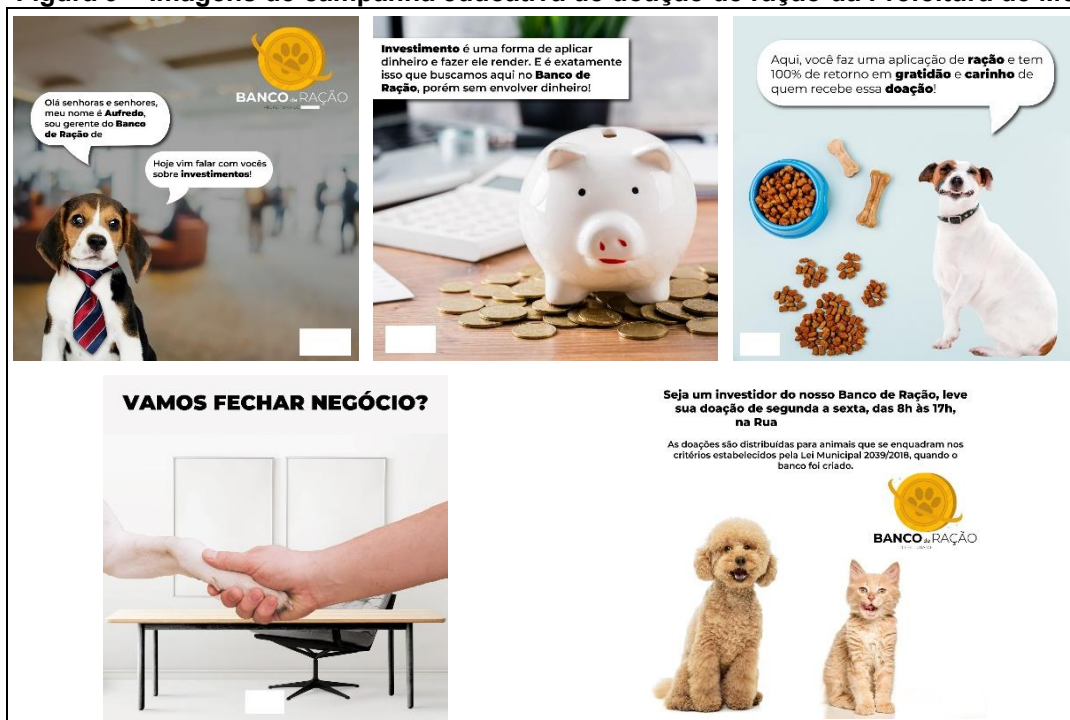
Em relação à normativa da Prefeitura que trate da comunicação governamental por intermédio das mídias sociais, a Prefeitura não possui, embora E6 julgue importante: “Na verdade essa é uma regulamentação que se faz necessária. Acho que é importante essa regulamentação [...]. Até para dizer que o Facebook é da prefeitura. Se você pensar, alguém criou e de repente essa pessoa saiu, morreu, tem a senha, então como é que é, como é que faz isso? Então, hoje não tem. Ela é necessária”.

O uso de recursos multimídias ocorreu em todas as publicações da Prefeitura. E6 relatou sobre as mudanças no uso de recursos multimídias nas mídias sociais: “A gente tinha um boletim de rádio diário e a gente viu que as pessoas não estavam ouvindo. A gente parou com ele. A Rede Social, ela é muito volátil na verdade. [...] Eu vou dizer para você que a gente passou recentemente pela imagem. Então, as pessoas começaram a publicar imagens com o texto em cima da

imagem. E agora a gente está vivendo assim, na minha percepção, um momento de vídeos. As pessoas se informam por vídeos: 15 segundos, 10 segundos, um negócio absurdo. É sempre importante para a prefeitura, para os gestores municipais perceberem essa mudança”.

As imagens e vídeos que acompanham as publicações demonstraram um padrão de identidade visual. Ainda, a Prefeitura lança mão de recursos de humor para passar mensagens, conforme se observa na Figura 9, que trata de publicação de campanha voltada à doação de ração para animais de famílias em situação de vulnerabilidade, de pessoas com diagnóstico de transtorno da acumulação, animais em situação de abandono em imóvel desocupado e que se encontram sob a guarda ou cuidados de protetoras ou Organizações não Governamentais (ONGs) previamente cadastradas no Município.

**Figura 9 – Imagens de campanha educativa de doação de ração da Prefeitura de M6**



Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Nas imagens presentes na Figura 9 verifica-se a utilização de texto sobre as imagens que de acordo com o gestor é o padrão atual de comunicação da Prefeitura, aliado a vídeos de curta duração: “hoje estamos na era de vídeo. Então a gente está produzindo vídeo. A gente tem mais visualizações em *reels* hoje do que uma postagem comum, convencional. Não adianta publicar textão, não adianta. A gente recentemente passou a escrever também as informações nas imagens. O

cara já vê a foto e lê o que é. Se interessar ele continua lendo, tem mais informação”.

Ao verificar o engajamento do conteúdo publicado pela Prefeitura por meio das reações, observa-se que a média geral foi de 143,06 reações por publicação (desvio padrão de 175,53), sendo a média de 43,21 no Facebook (desvio padrão de 58,13) e 111,74 no Instagram (desvio padrão de 144,58). No Instagram, em três publicações com o uso de vídeos foi possível identificar o número de visualizações ao invés do número de reações: 1.314, 656 e 4.086 visualizações, o que equivale a uma média de 2.018,67 visualizações por publicação do tipo vídeo.

Em relação à categoria e as reações dos usuários, as seguintes categorias obtiveram média superior à média geral: ‘relacionamento’ (média 268); ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ (média 228); ‘eventos’ (média 174,17); e ‘ação governamental’ (média 156,57). Por sua vez, as categorias ‘serviços’, ‘campanha educativa’ e ‘COVID-19’ ficaram abaixo da média (médias de 121,56; 106,33; e 53,50, respectivamente). Destaca-se ainda que as três publicações compartilhadas pela Prefeitura tiveram uma média de 1.025,33 reações por publicação, sendo cerca de 7 vezes superior à média dos conteúdos próprios da Prefeitura.

Em relação aos comentários feitos pelos usuários nas mídias sociais da Prefeitura, 70,21% das publicações investigadas receberam pelo menos um comentário e 40,43% das publicações tiveram pelo menos uma resposta da Prefeitura. Sobre o volume de respostas e interação nas mídias sociais, E6 pontuou: “A gente faz em média 400 respostas por dia, das diversas redes. Eu estou falando de resposta no comentário, resposta no direct do Instagram, no Facebook, comentários no Instagram, então somando tudo isso dá uma média de 400, 500 por dia”.

A publicação sobre o anúncio de obras de revitalização de uma rua do município foi a que recebeu o maior número de comentários – 44 e o maior número de respostas por parte da Prefeitura – 16. O conteúdo dos comentários respondidos pela Prefeitura versou sobre outras ruas que deveriam receber as obras ora anunciadas, bem como o emprego de recursos em outra área, como saúde e a Prefeitura buscou responder cada questão levantada conforme se observa no Quadro 20.

**Quadro 20 – Respostas da Prefeitura de M6 no post sobre anúncio de obras de revitalização**

Seq.	Resposta
1	Boa tarde, em nossa cidade não temos obras paradas. Nossas equipes estão concentradas na fiscalização, fazendo valer os contratos estabelecidos.
2	Boa tarde, para a rua [...] existe um pequeno trecho necessitando de revitalização, esta área ainda tem algumas indefinições quanto a sua regularização, nossas equipes estão trabalhando nisso e após regularizar será devidamente revitalizada.
3	Boa tarde, conforme já informado anteriormente, nossas equipes estão concentradas na elaboração de um projeto de ligação entre o Parque [...] e Avenida [...], neste projeto toda a extensão passará por melhorias. Este projeto passa pela Rua [...].
4	Boa tarde, em todos os bairros de nossa cidade você encontra melhorias recentes. Conforme informado anteriormente, as equipes estão concentradas na execução de obras em todas as regiões de nossa cidade.
5	Então, o início da obra depende do término do projeto e licitação da obra.
6	Boa tarde, a obra da Rua [...] está em andamento e dentro do prazo de execução.
7	Bom dia, em todas as regiões de nossa cidade você encontra melhorias, recentemente o bairro [...] recebeu revitalizações nas ruas [...]. Além disso, o bairro [...] foi o primeiro a ter 100% de iluminação trocada por LED.
8	Boa tarde, nossas equipes fazem investimentos em todas as áreas de atuação. Só no ano de 2021 foram investidos quase 100 milhões de reais em saúde. Qualquer dificuldade pode ser registrada junto a Ouvidoria da Saúde pelo telefone [...].
9	Boa tarde, em nosso Portal da Transparência você encontra onde foi aplicado o recurso. A descrição de todos os gastos e investimentos estão descritos.
10	Então, nossas equipes realizam melhorias em todas as regiões de nossa cidade e todas as áreas de atuação. A reforma da Unidade de Saúde do [...] aconteceu há menos de 4 anos.
11	Boa tarde, em nosso Portal da Transparência você encontra a destinação de todos os recursos.
12	Boa tarde, nossas equipes estão concentradas na revitalização das ruas em todas as regiões de nossa cidade. Iniciamos pelas principais vias (linhas de ônibus, escolas e maior circulação) e posteriormente chegaremos as demais.
13	Bom dia, nossas equipes estão concentradas na execução de obras em todas as regiões de nossa cidade. Neste momento será alcançada a Rua [...] e posteriormente chegaremos as demais vias.
14	Boa tarde, nossas equipes estão concentradas na revitalização das ruas em todas as regiões de nossa cidade. Iniciamos pelas principais vias (linhas de ônibus, escolas e maior circulação) e posteriormente chegaremos as demais.
15	Boa tarde, nossas equipes estão concentradas na construção de calçadas em todas as regiões de nossa cidade. Iniciamos pelas principais vias (linhas de ônibus, escolas e maior circulação) e posteriormente chegaremos as demais.
16	Boa tarde, conforme informamos anteriormente, nossas equipes trabalham na elaboração de um projeto de ligação entre o Parque [...] e Avenida [...]. Neste projeto todo o trajeto será completamente revitalizado que passa pela Rua [...].

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

O Quadro 20 demonstra que a Prefeitura possui um padrão na resposta e que busca esclarecer os pontos levantados pelos usuários, inclusive emitindo

respostas em crítica de usuários que poderiam influenciar na reputação da Prefeitura (BUSTOS, 2021): à manifestação “Enquanto isso a saúde em calamidade, lamentável e sem comentários” a Prefeitura respondeu conforme item 8 do Quadro 20: “Boa tarde, nossas equipes fazem investimentos em todas as áreas de atuação. Só no ano de 2021 foram investidos quase 100 milhões de reais em saúde. Qualquer dificuldade pode ser registrada junto a Ouvidoria da Saúde pelo telefone [...]”. Nas outras publicações a Prefeitura seguiu o padrão de respostas exposto no Quadro 20.

Embora E6 reconheça a relevância das mídias digitais na comunicação governamental, ressalta a importância dos outros meios de comunicação: “eu entendo que todos os meios são importantes. A Rede Social, ela vem tendo um espaço muito grande e a questão da digitalização de todas as coisas, elas tendem a ir tudo para o digital. No entanto, a gente ainda tem muita coisa no impresso, então hoje a gente tem um jornal impresso, que circula de 40 em 40 dias na casa das pessoas [...]. A gente utiliza as mídias locais, falando de jornais ainda, com anúncios e distribuição de matérias[...] A gente usa o rádio porque o rádio é, eu entendo, que até o momento é insubstituível [...]. Utilizamos a TV [...] através de “*merchan*” para falar de alguns assuntos importantes e utilizamos [...] como assessoria de imprensa também”.

Por fim, embora a Prefeitura ofereça oportunidades de participação, E6 conclui: “As pessoas gostam de reclamar. De participar, não. Mas a gente tem hoje, está no nosso Plano de governo, inclusive, a participação permanente. Então se a pessoa quiser entrar ali, participar, opinar sobre um assunto, ela participa”.

#### **4.7 Caso do município M7**

M7 é um município paranaense com uma população de aproximadamente 350 mil pessoas. O setor de comunicação da Prefeitura é estruturado como uma das 26 secretarias do poder público municipal. Possui duas áreas de atuação distintas, mas que trabalham de forma integrada: publicidade, responsável pelo marketing e jornalismo. Segundo o(a) gestor(a) de comunicação da Prefeitura – entrevistado E7, antes de 2018, o setor “era focado exclusivamente na assessoria de imprensa e era basicamente uma redação. Era fotografia, geração de conteúdo focado na entrega

de conteúdo para os veículos de comunicação, usando a própria imprensa como mediação de relacionamento com a população”. A partir de 2018, altera-se a estrutura e cria-se a divisão entre jornalismo e marketing. A equipe do setor de comunicação é composta por 13 profissionais, além do secretário de comunicação. Destes 13 profissionais, 3 são servidores de carreira.

A Prefeitura faz uso, para a comunicação governamental, de quatro mídias sociais: Facebook, Instagram, TikTok e Twitter. A mídia social utilizada há mais tempo pela Prefeitura é o Facebook, desde 06/11/2012 e atualmente conta com cerca de 106 mil seguidores, o que equivale a 30,29% de sua população. A página oficial do Instagram data de 15/11/2020 e possui 66.393 seguidores, o que representa cerca de 18,97% da população do município de M7. Por sua vez, o perfil oficial da Prefeitura no Twitter existe desde 15/01/2021 e tem 1.612 seguidores. No mesmo ano, em 12/11/2021, a Prefeitura criou um perfil no TikTok que atualmente possui 659 seguidores.

Em termos de estratégias de comunicação, as mídias sociais, segundo E7, estas visam “escalar uma audiência própria” de forma a depender menos ou não depender de veículos de imprensa para se comunicar com a população. Para E7 a audiência conquistada pela atuação da Prefeitura nas mídias sociais “trouxe autoridade, criou um posicionamento, uma presença da comunicação pública [...] muito forte e nos posicionou como autoridade também no ambiente da comunicação”.

Assim, a estratégia da Prefeitura é estar presente em todas as mídias sociais já que para E7 “a gente só não está em todas as redes hoje por falta de recurso humano mesmo. A gente não tem uma capacidade de produzir peças específicas. Por exemplo, o TikTok a gente reproduz de forma espelhada os conteúdos que a gente gera para o Instagram. Mas a gente não tem uma produção de conteúdo específico, próprio, mas a consciência que deveria ter uma produção diferente, uma produção segmentada ou com no mínimo uma linha criativa diferente do perfil de conteúdo que o TikTok requer”.

Em relação às publicações feitas nas duas redes sociais com maior número de seguidores, a Prefeitura fez um total de 8 publicações no Facebook tendo assim uma média de 1,14 publicação por dia (desvio padrão de 0,90); por sua vez, a Prefeitura realizou 13 publicações no Instagram, o que significa uma média de 1,86 publicações por dia (desvio padrão de 1,77). Em ambas as plataformas não foram

feitas publicações no final de semana – sábado e domingo. Houve ainda um compartilhamento de publicação no Instagram pela Prefeitura, sendo a publicação oriunda do perfil pessoal do Prefeito.

No total, excluindo o conteúdo duplicado em ambas as plataformas, a Prefeitura produziu um total de 14 publicações para as mídias sociais ao longo do período pesquisado. Quanto à categorização do conteúdo, a Tabela 21 indica o percentual de cada categoria de análise.

**Tabela 21 – Categorização do conteúdo das publicações da Prefeitura de M7**

<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>	<b>Categorias</b>	<b>Percentual</b>
Ação governamental	35,71%	Promoção da cidade e dos cidadãos	14,29%
Eventos	21,43%	COVID-19	0,00%
Serviços	7,14%	Relacionamento	7,14%
Campanhas educativas	14,29%		

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

A partir da Tabela 21, verifica-se que o principal conteúdo comunicado pela Prefeitura são as ‘ações governamentais’, seguido pela categoria de ‘eventos’. Com menos ênfase na comunicação aparecem as categorias ‘campanhas educativas’ e ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ – 2 publicações cada; e as categorias ‘serviços’ e ‘relacionamento’ – 1 publicação cada. A categoria COVID-19 não foi comunicada pela Prefeitura.

A geração de conteúdo por parte da Prefeitura de M7 tem por base, segundo E7, a entrega de um conteúdo de valor e educativo, que seja intuitivo ao usuário e que tenha no cidadão o personagem principal. Para E7, este perfil de conteúdo trouxe credibilidade e validação junto à população, ao mesmo tempo que reduziu significativamente as reclamações nas redes sociais: “a maioria das reclamações que a população tem em relação à gestão pública ou uma administração municipal é por desinformação, não é pela falta do serviço”.

Ao verificar a relação do conteúdo presente nas mídias sociais e a governança pública, observa-se que 42,86% das postagens feitas pela Prefeitura podem ser correlacionadas a algum princípio de governança pública. Uma publicação se relaciona diretamente à governança pública: no dia do urbanismo, a Prefeitura comemorou o prêmio de 4<sup>a</sup> melhor cidade em planejamento e urbanismo pelo Ranking *Connected Smart Cities*, que tem como um dos eixos temáticos a governança (NECTA, 2022).

Dentre os princípios de governança pública comunicados por intermédio das mídias sociais da Prefeitura, o princípio de *'accountability'* teve 2 publicações relacionadas: divulgação de obra de asfaltamento na área rural do município e inauguração de Bebeteca (biblioteca para bebês) – em ambas as publicações pode-se verificar informações e imagens que buscam prestar contas à população.

Os demais princípios foram identificados em uma publicação cada: (i) o princípio de *'competência e capacidade'* faz conexão com a publicação referente ao Seminário de Socieducação – um evento de formação aos técnicos da Prefeitura e sociedade; (ii) o princípio de *'relacionamento com partes interessadas'* verificou na publicação que divulgou um show beneficente em parceria com uma ONG de proteção animal, cujo valor arrecadado beneficiaria a causa animal; e (iii) o princípio de *'visão estratégia'* se relaciona com a publicação sobre novo asfalto no autódromo da cidade cujo texto é: “um autódromo que traz grandes corridas movimenta a economia da cidade, atrai turismo de negócios e investimentos que retornam ao município nas mais diversas políticas públicas”.

A relação entre comunicação e governança pública no município M7, se baseia no modelo de gestão da Prefeitura que consiste em “territórios cidadãos”: divisões da cidade em 12 territórios mais o interior. Em cada território, são feitas audições públicas para definição das prioridades daquela região específica. Nas audiências públicas, segundo E7, é forte a atuação do setor de comunicação: “a gente já pega, faz um compilado de todas as ações programadas ou das que já foram realizadas ou que estão em andamento. Em todos os territórios, divididos por territórios. E a minha equipe produz uma peça de vídeo que conta o que já foi realizado, o que está em andamento e o que está planejado. Na apresentação da audiência Pública, os secretários se reúnem, tem a participação quase que integral de todos os secretários nas audiências em todos os territórios. É feito uma audiência por Território. [...] A gente coloca carro de som nos territórios. A gente vai e entrega *flyer* na porta das casas, chama a população lá no salão comunitário, reúne essa população, apresenta o que está sendo feito e escuta”.

No contexto atual, a comunicação governamental, para E7, deve superar o “viés estritamente institucional, de mediação entre os serviços, a utilidade pública ou a prestação de contas e assessoria simples, básica”. Nesse sentido, o setor de comunicação da Prefeitura trabalha com um *Customer Relationship Management* (CRM – Sistema de Gestão de Relacionamento com os Clientes) tanto no



atendimento aos veículos de comunicação quanto no atendimento ao público interno que permitiu: “Hoje a gente consegue ter um controle de fluxo, a gente atende 100% da expectativa de produção de conteúdo das secretarias, a gente cobre todos os elementos factuais que o município gera, seja de ação ou de inauguração ou de início de obras, assinatura de convênio, além de cobrir a gente ainda gera os conteúdos criativos por conta de visualizar esse fluxo”.

Adicionalmente, E7 relata que essa organização propiciou uma otimização do tempo: “Eu consigo pelo CRM, eu presumo, que você deve conhecer o *Trello*, eu consigo inclusive até gerar dados aqui, de quanto tempo cada demanda ficou parada na mão de cada profissional. Então a gente consegue fazer gestão de tempo. E essa gestão de tempo otimizou a capacidade de produção de cada profissional. Tem profissional que produzia 3 conteúdos por semana e hoje produz 3 por dia, por conta da otimização do tempo”.

Nesse contexto surge a necessidade de uma normativa, ainda ausente na Prefeitura: “Minha proposta de meta de entrega é até 2024, de transitar para uma instrução normativa sobre a regulamentação dos processos que a gente passou a utilizar da SECOM, que vai, inclusive contemplar a utilização dos CRMs. A gente formalizar que aqui os fluxos acontecem por CRM [para] que o sucessor possa ter a manutenção das atividades sem retroagir a evolução que teve na comunicação da prefeitura”, relata E7.

Em relação ao uso de recursos multimídias, todas as publicações da Prefeitura foram acompanhadas de recursos multimídias, na proporção de 50% entre vídeos e imagens. A produção deste tipo de conteúdo, segundo E7, leva em conta as tendências da própria mídia social: “a gente trabalha baseado nas *trends*. A gente vê o que está rolando, qual que é a música do momento, qual que é o tipo de meme do momento e baseado nas *trends* a gente adapta ao conteúdo de informação, ao conteúdo de interação e desenvolvemos um tripé que é: a atração, a retenção e a entrega. A conversão para nós é entrega do serviço”.

Dessa forma, a Prefeitura utiliza-se de humor e descontração em suas publicações. Contudo, E7 entende que: “Não tem nenhum conteúdo que a gente produz aqui que seja pela pura descontração ou por um entretenimento. A gente se utiliza da tendência de consumo de conteúdo. [...] A gente sempre entrega algum conteúdo de valor ou de informação ou educativo. Porque não faz sentido uma rede social do poder público querer ser influenciador”.

O conteúdo publicado pela Prefeitura, em relação ao engajamento por meio de reações, teve uma média geral foi de 519,21 reações por publicação (desvio padrão de 872,73). No Facebook, a média foi de 35,75 (desvio padrão de 42,49) e no Instagram a média foi de 537,15 (desvio padrão de 868,11). No Instagram, uma publicação de vídeo foi possível identificar o número de visualizações: 881. Duas publicações se destacaram quanto ao número de reações: (i) na categoria de ‘ação governamental’ a postagem sobre novo asfalto no autódromo da cidade teve 3.115 reações; (ii) na categoria ‘promoção da cidade e dos cidadãos’ a postagem sobre o Lago Municipal provocou 1.732 reações nos usuários.

Os resultados quanto ao engajamento, na ótica de E7, ocorrem porque “o algoritmo enxergou a gente, por isso que a gente bate 1.500.000 a 2.000.000 de impressões por semana de forma orgânica, porque a gente tem uma procura pelo nosso Instagram e para os nossos conteúdos de uma forma absurda. E um outro detalhe, uma outra sacada que a gente fez: as pessoas se habituaram tanto a seguir o perfil da Prefeitura que eles vão tirar foto na praça com a família, eles marcam a Prefeitura. Eles vão ao Lago caminhar, eles fazem uma foto do Sol, eles marcam a Prefeitura. Fechou o tempo com uma nuvem negra, se fotografa nuvem, marca a Prefeitura. E a gente re-compartilha todas as postagens que a gente é marcado pela população”.

Em relação aos comentários, 71,43% das publicações receberam ao menos uma manifestação por parte dos usuários, no entanto, nenhum comentário foi feito em resposta pelo perfil oficial da Prefeitura, não promovendo assim o diálogo por meio da mídia social. Contudo, pôde-se observar oportunidades de diálogo entre cidadãos e municípios na publicação sobre obra de asfaltamento na área rural em que 11 dos 17 comentários questionaram sobre outras localidades que necessitam de asfalto e não foram respondidas pela Prefeitura.

A publicação com maior número de comentários – que também teve o maior número de reações – foi a postagem sobre novo asfalto no autódromo da cidade que recebeu 75 comentários. A publicação contava com um texto de apoio, um link para uma notícia completa e uma imagem – Figura 10.

**Figura 10 – Imagem da publicação sobre novo asfalto no autódromo da cidade de M7**



**Fonte: Dados da Pesquisa (2023).**

A imagem utilizada para acompanhar a notícia de asfalto novo no autódromo da cidade, Figura 10, foi um *print* do perfil da cidade no Twitter marcando a Federação Internacional de Automobilismo – FIA e avisando que a cidade já pode receber a Fórmula 1 – principal categoria de automobilismo. O tom de humor aumentou o engajamento, tanto em reações quanto em comentários. O secretário de comunicação da Prefeitura e próprio Prefeito da cidade fizeram comentários a partir de seus perfis pessoais, este último fez um comentário mencionando o piloto sete vezes campeão mundial Lewis Hamilton. Contudo, na mesma publicação, houve questionamentos e críticas que poderiam ser respondidas, mas que nem o perfil oficial da Prefeitura e nem os perfis pessoais do Prefeito e do Secretário de Comunicação responderam.

A questão dos comentários, para E7, teve uma alteração a partir do posicionamento da própria Prefeitura: “nós tínhamos uma proporção, por exemplo, antes de 2018, de a cada 10 comentários numa rede social a gente tinha 8 comentários negativos e 2 positivos. À medida que a gente foi criando um posicionamento e desenvolvendo esse perfil, essa autoridade nas redes sociais e gerando um conteúdo de valor, conteúdo educativo que também foi uma mudança [...] hoje, a cada 10 pessoas, 8 elogiam ou interagem, um indicativo muito claro de que a estratégia funcionou”.

A Prefeitura buscou escalar sua audiência de forma positiva e hoje pode ser considerado um canal de multiplicação de engajamento para o cidadão, segundo E7:

“Como a nossa audiência é muito grande, o cidadão marca a gente com a intenção de que a gente traga popularidade para o próprio Instagram dele e a gente faz isso. A gente dá audiência para ele, aí bomba lá o *post* lá no Instagram dele. O cara cria o hábito de interagir com a gente, ou seja, a população de interagir com a prefeitura. Aqui, indiscutivelmente, não tem nenhum veículo de comunicação que chega perto de nós em rede social. Se juntar todos os veículos de comunicação do município, eles não alcançam a nossa métrica nas redes sociais”.

#### **4.8 Síntese dos resultados e análise comparativa do uso de mídias sociais pelas Prefeituras Municipais**

Embora tenha sido utilizado a mesma forma de apresentação dos dados de cada caso, buscando contemplar os seguintes itens: tamanho do município e a estrutura do setor de comunicação; o uso de mídias sociais, data de adoção e número de seguidores; o número de publicações no período pesquisado; o conteúdo das publicações no período pesquisado; a relação do conteúdo com governança pública; o papel da comunicação governamental e a relação entre comunicação e governança sob a ótica do entrevistado; o uso de recursos multimídias; o engajamento no conteúdo da Prefeitura tratando tanto de reações quanto de comentários; e um mensagem final do entrevistado, existem diferenças de detalhes da análise devido à proporção de dados coletados em cada caso.

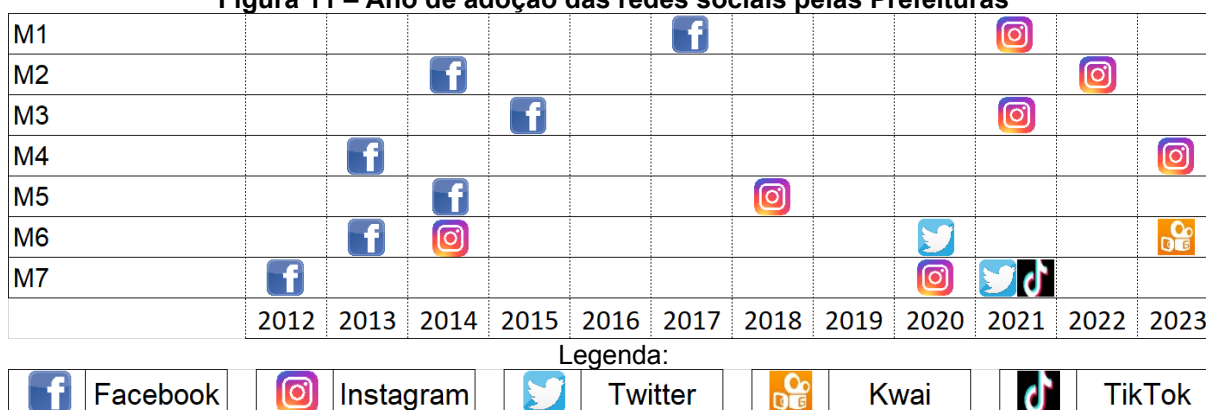
Para a síntese dos resultados e análise comparativa, os casos foram agrupados, a *posteriori* da coleta de dados, em dois conjuntos considerando a estrutura do setor de comunicação e o contingente populacional do município: (i) conjunto 1: formado pelos municípios M1, M2, M3 e M4 com população entre 30 e 40 mil pessoas; e (ii) conjunto 2: formado pelos municípios M5, M6 e M7 com população acima de 80 mil pessoas.

Verificou-se uma relação entre tamanho da população e utilização de outras mídias sociais: prefeituras pertencentes ao conjunto 2, logo, cidades com maior população, utilizam outras mídias sociais: a Prefeitura de M6 utiliza o Twitter e o Kwai e a Prefeitura de M7 utiliza o Twitter e o TikTok; enquanto as prefeituras do conjunto 1 utilizam somente o Facebook e Instagram. Uma possível explicação reside no fato que a utilização de mídias sociais no contexto da comunicação governamental requer uma estrutura do setor de comunicação (CAMPILLO-

ALHAMA; MARTÍNEZ-SALA, 2017) que se verificou disponível apenas nas prefeituras das grandes cidades.

Em relação à adoção de cada mídia social pelas Prefeituras, a Figura 11 indica o ano em que cada Prefeitura criou um perfil oficial nas redes sociais pesquisadas.

**Figura 11 – Ano de adoção das redes sociais pelas Prefeituras**



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

A partir da Figura 11 é possível estabelecer uma tendência de cidades pertencentes ao conjunto 2 adotarem determinada mídia social mais precocemente enquanto as prefeituras do conjunto 1 tendem a utilizar as redes sociais mais tardiamente. Esse resultado corrobora com os achados de pesquisa de Oltra e Verdú (2020) e pode ser explicado a partir de uma maior estrutura da Prefeitura como um todo gerando maior possibilidade de experimentação de redes sociais por departamentos isolados (MERGEL; BRETSCHEIDER, 2013) e pela adoção das mídias sociais pela própria população acarretando a necessidade de adoção pela Prefeitura conforme entrevistas feitas nesta pesquisa.

Os dados do número de seguidores nas duas principais mídias sociais – Facebook e Instagram – e a relação deste número com a população dos municípios pesquisados encontra-se disposto na Tabela 22.

**Tabela 22 – Número de seguidores e relação com a população nas mídias sociais das Prefeituras**

(continua)

Município	Seguidores Facebook	Relação Facebook/População	Seguidores Instagram	Relação Instagram/população
M1	16.000	50,0%	5.306	16,6%
M2	17.000	51,5%	818	2,5%
M3	18.000	51,4%	2.964	8,5%
M4	13.000	32,5%	226	0,6%
M5	36.000	45,0%	7.245	9,1%

**Tabela 23 – Número de seguidores e relação com a população nas mídias sociais das Prefeituras**

<b>(conclusão)</b>				
<b>Município</b>	<b>Seguidores Facebook</b>	<b>Relação Facebook/População</b>	<b>Seguidores Instagram</b>	<b>Relação Instagram/população</b>
M6	64.000	42,7%	31.890	21,3%
M7	106.000	30,3%	66.393	19,0%

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

A partir da Tabela 22 pode-se verificar que o número de seguidores no Facebook é superior ao Instagram em todos os municípios pesquisados. Valida-se assim que o Facebook tem maior popularidade entre os cidadãos e, por consequência, oferece maiores possibilidades para uma interação mais duradoura entre os cidadãos e as autoridades locais (BONSÓN; ROYO; CAMBRA, 2018).

Contudo, quando se trata da relação percentual entre número de seguidores no Facebook e a população absoluta, verifica-se que os municípios do conjunto 1, de menor população, apresentam uma relação superior à 50%, com exceção do município M4. Nesse sentido, observa-se uma tendência de proporcionalidade inversa, ou seja, quanto maior é o município, menor é o percentual de seguidores/população. No Instagram, embora não seja possível estabelecer uma proporcionalidade na relação seguidores e população do município, as Prefeituras pertencentes ao conjunto 2 possuem maior número de seguidores e a maior relação entre seguidores/população.

Em relação à atividade dos municípios pesquisados nas mídias sociais, a Tabela 23 indica o número de publicações dos casos identificados.

**Tabela 24 – Publicações das Prefeituras nas mídias sociais**

<b>Município</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>
M1	21	14
M2	27	24
M3	25	12
M4	9	-
M5	6	5
M6	47	42
M7	8	13

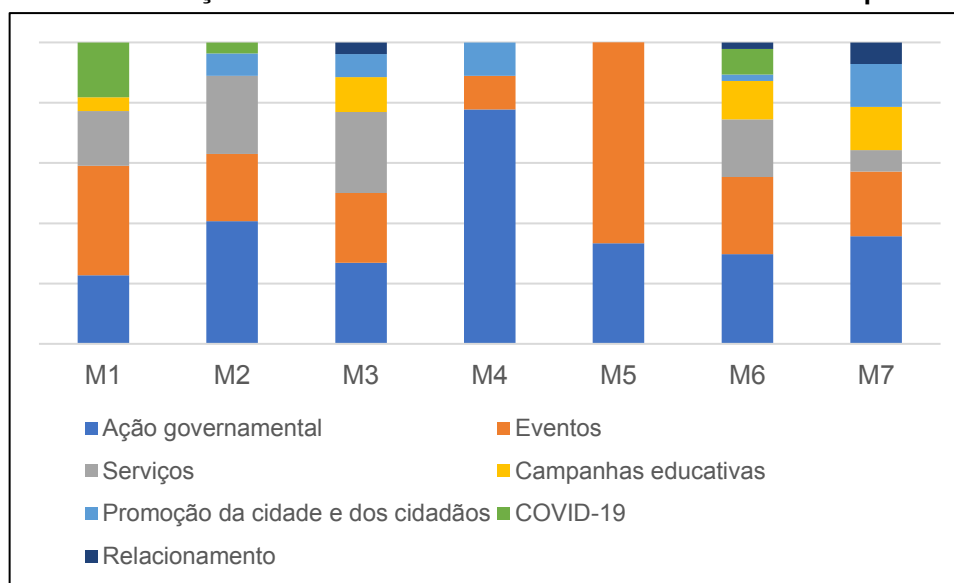
**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

Considerando os dados presentes na Tabela 23, identifica-se que cada Prefeitura Municipal adota uma estratégia própria em relação ao número de

publicações nas mídias sociais, porém, ao analisar o conteúdo das publicações verificou-se que como regra geral as Prefeituras replicam a publicação do Facebook para o Instagram. Apenas M7 tem uma produção própria de conteúdo voltada para o Instagram e foi a única Prefeitura com maior número de publicações nesta mídia social.

A diversificação de conteúdo das publicações das Prefeituras, a partir das categorias de conteúdo identificadas, está expressa no Gráfico 3.

**Gráfico 3 – Distribuição do conteúdo das Prefeituras nas mídias sociais por categoria**



**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

Assim como o número de publicações, verifica-se que a diversidade de conteúdo está atrelada à estratégia de comunicação de cada Prefeitura e não ao contingente populacional do município. A diversidade de conteúdo tem ainda uma relação direta com o volume de publicações, nesse sentido, uma estratégia de comunicação de conteúdos diversificados demanda um número maior de publicações.

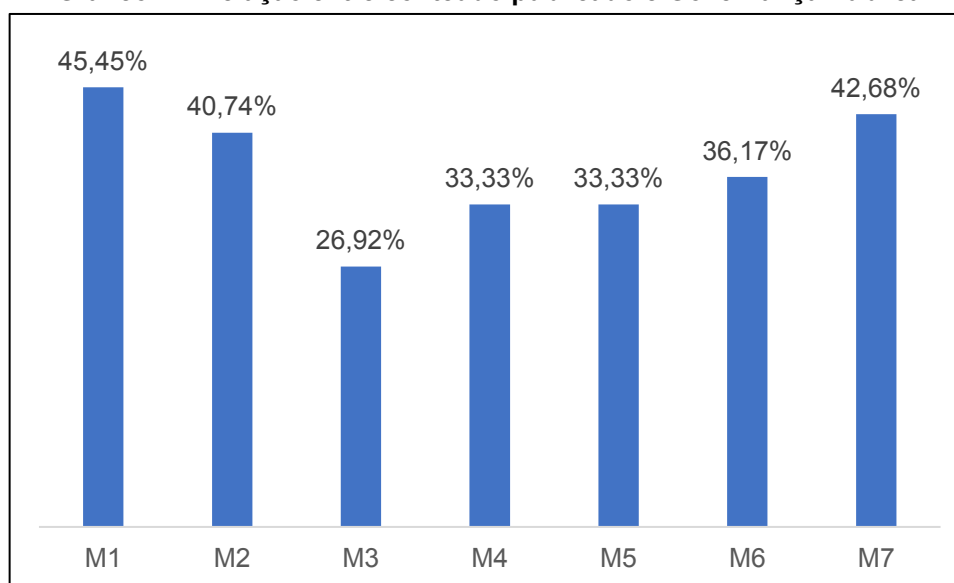
A partir do Gráfico 3 verifica-se que todos os municípios utilizam as mídias sociais para comunicar as ações governamentais e eventos. A comunicação de serviços está presente na comunicação de todos os municípios com exceção de M4 e M5, que concentram suas publicações em poucas categorias.

A categoria de relacionamento, quando a mídia social é utilizada para a busca do diálogo e da interação com o usuário, foi identificada em somente um município do conjunto 1, enquanto aparece em 2 dos 3 municípios do conjunto 2. O relacionamento está dentro da estratégia de comunicação para além do viés

informativo, buscando estabelecer uma comunicação voltada à participação da população. Assim, considerando o conteúdo analisado, observou-se que no conjunto 1 a comunicação tende a ser mais voltada à divulgação das ações da Prefeitura, dentro de uma estratégia de cobertura das ações do Prefeito, das secretarias e de eventos promovidos pela Prefeitura, enquanto no conjunto 2 observou-se que além da divulgação, o setor de comunicação dispõe de estrutura para uma comunicação voltada à realização de campanhas educativas, conteúdos de relacionamento e utilização de humor e tendências na comunicação, confirmando os resultados de Comel, Brodbeck e Quadros (2021) relacionados a uma capital brasileira.

No tocante à relação entre o conteúdo das publicações e a governança pública, o Gráfico 4 indica o percentual obtido por cada Prefeitura analisada.

**Gráfico 4 – Relação entre conteúdo publicado e Governança Pública**



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

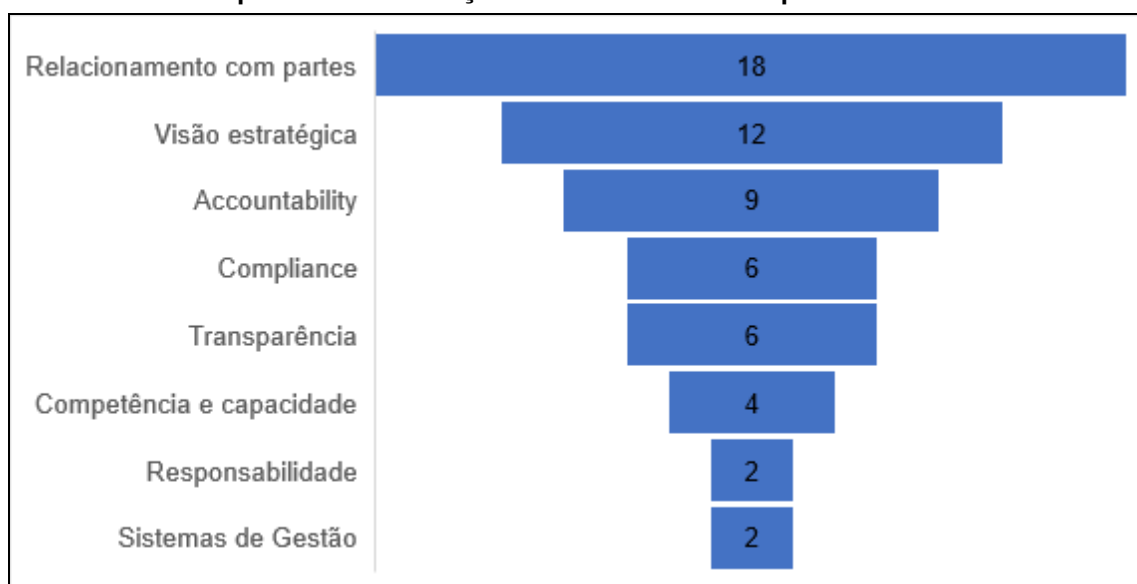
Conforme o Gráfico 4, não se verificou uma relação entre o tamanho da população e o percentual de publicações vinculadas à Governança Pública. Contudo, observou-se que o grupo de municípios pesquisados nesta tese apresenta resultados superiores na comunicação dos princípios de governança pública do que as grandes capitais mundiais (NAKAZATO; SILVA; VICENTIN, 2022). Dessa forma, infere-se que a comunicação da governança pública não está relacionada ao tamanho da população e à estrutura disponível ao setor de comunicação, podendo ser efetuada a partir de uma estratégia de comunicação que considere os princípios de governança pública e os relacione com os conteúdos produzidos para comunicação por intermédio das mídias sociais.



Ainda sobre a comunicação da governança pública, verificou-se que as Prefeituras pesquisadas destacaram em suas mídias sociais prêmios recebidos que guardam relação com governança. Premiações no âmbito público seguem a premissa de reconhecer casos bem-sucedidos e comunicar a potenciais novos adotantes como estratégia para sua desejável disseminação (ARISAWA; MOREIRA, 2019). Em se tratando de comunicação de governança pública, a divulgação de premiação recebida passa a mensagem aos usuários da mídia social de um reconhecimento externo da adoção de princípios de governança pública pela Prefeitura.

Os princípios de comunicação pública mapeados nas publicações das Prefeituras estão dispostos no Gráfico 5 que identifica a quantidade de vezes que cada princípio foi identificado.

**Gráfico 5 – Princípios de Governança Pública comunicados pelas Prefeituras analisadas**



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

O princípio de relacionamento com as partes interessadas foi o mais mencionado, conforme observa-se no Gráfico 5, indicando que as Prefeituras buscaram ações em parceria com outros órgãos e entidades e divulgaram essas ações nas mídias sociais, fortalecendo o relacionamento entre as partes. O princípio de visão estratégica, segundo mais mencionado, indicou que as Prefeituras, ao comunicar suas ações buscaram vincular ao planejamento municipal ou a ações de longo prazo. Já o princípio de *accountability*, terceiro em termos de menções, assinalou a disposição das Prefeituras de prestar contas para além dos valores gastos, informando os locais das ações desenvolvidas e os resultados esperados.

O princípio de *compliance* foi comunicado pelas Prefeituras para demonstrar aos cidadãos que as ações foram feitas em observância a determinada normativa enquanto o princípio da transparência buscou informar o cidadão sobre os recursos financeiros empregados nas ações. Ambos tiveram o mesmo número de menções na comunicação das Prefeituras. Em menor número de publicações, os princípios de competência e capacidade, responsabilidade e sistema de gestão buscaram demonstrar ações da Prefeitura que indiretamente trazem benefícios aos cidadãos, como qualificação dos gestores, ações diante de situações adversas e sistemas que melhorem a gestão da cidade.

Os resultados obtidos diferem dos obtidos nas grandes capitais em que o princípio da transparência foi o mais citado; seguido por 'eficiência e efetividade'; responsabilidade; *accountability* e relacionamento com as partes interessadas; visão estratégica; e por fim *compliance* (NAKAZATO; SILVA; VICENTIN, 2022). Nesse sentido, pode-se observar que o enfoque dado à comunicação da governança pública em municípios menores tende mais a divulgar as relações da Prefeitura com outros entes e a reforçar uma visão de desenvolvimento local do que questões relacionadas à gestão que se destacaram nas grandes capitais.

Em relação ao papel da comunicação governamental por intermédio das mídias sociais, sob a perspectiva dos gestores dos setores de comunicação pesquisados, ainda é bastante vinculado à assessoria de imprensa do Prefeito do município, embora possa se visualizar que conforme a estrutura do setor de comunicação aumente – e a estrutura está vinculada ao tamanho da população – o objetivo do setor esteja mais vinculado à promoção de informações de interesse público e menos vinculado à divulgação das ações do governo propriamente dito. Contudo, de acordo com os resultados da pesquisa, o principal papel da comunicação governamental têm sido a divulgação de eventos e ações governamentais.

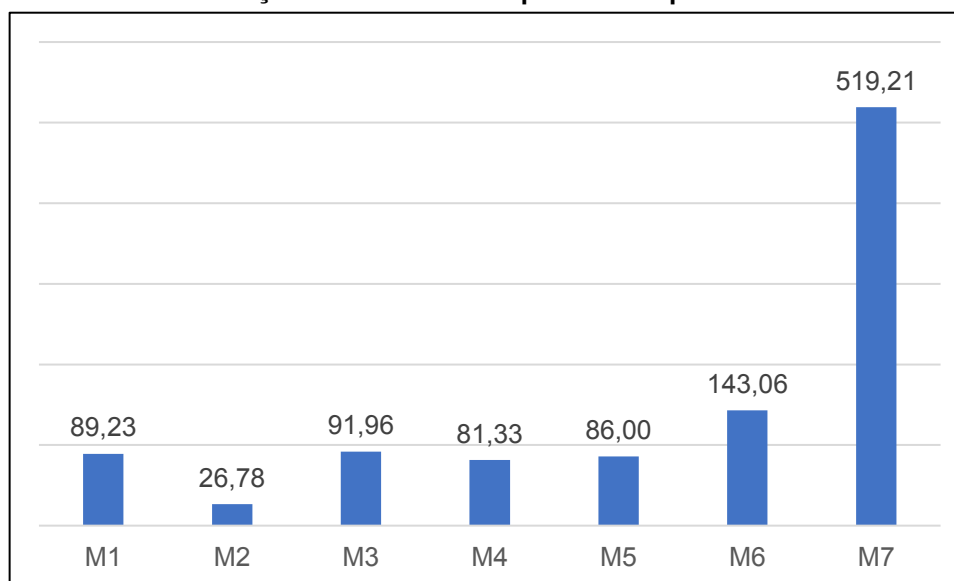
A relação entre a governança pública e a comunicação governamental pela ótica dos gestores não é clara, a maioria recorrendo a menções de prêmios de transparência ou mesmo outros tipos de prêmios para relacionar comunicação e governança. Mesmo a questão da participação por meio das mídias sociais não é levada em conta como um elo entre comunicação e governança pública embora cidades que estimulam a participação por meio das mídias sociais apresentem maior aderência aos princípios de governança pública (FRANZ; ANDREOLI; DA SILVA,

2021). A questão de como as mídias sociais podem auxiliar na prestação de serviços de governo eletrônico como estratégia de governança pública (SANTOS; SOUZA, 2021) não foi abordada pelos gestores de comunicação entrevistados. Contudo, os gestores entrevistados reconhecem o papel das mídias sociais para informar sobre eventos que promovam a governança pública, como audiências públicas e orçamento participativo (IASULAITIS et al., 2019).

Todas as Prefeituras utilizaram de recursos multimídias em suas publicações nas mídias sociais, sejam imagens, fotos, vídeos, links, hashtags ou a combinação de dois ou mais elementos. O que se observou nas cidades pesquisadas foi que Prefeituras pertencentes ao conjunto 2 possuem uma identidade visual estabelecida e fazem maior uso de vídeos, corroborando os resultados obtidos por Bonsón, Royo e Cambra (2018) no sentido de indicar que os municípios maiores dispõem de mais recursos que lhes permitem tornar as publicações mais diversas em termos de mídias utilizadas. A partir das entrevistas se verificou duas tendências na comunicação governamental dos municípios: (i) utilização de vídeos curtos que são mais bem aceitos pelos usuários das mídias sociais; e (ii) utilização de tendências da própria mídia social – *trends topics* e postagens com bom humor.

Quanto ao engajamento das publicações, o número médio de reações que cada Prefeitura obteve nos conteúdos publicados está expresso no Gráfico 6.

**Gráfico 6 – Média de reações aos conteúdos publicados pelas Prefeituras Municipais**



**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

O Gráfico 6 demonstra diferenças entre os dois conjuntos analisados. As Prefeituras do conjunto 1, em que os municípios têm volume populacional próximo,

obtiveram número de reações semelhantes, com exceção de M2. Uma possível explicação do baixo número de reações por parte dos usuários que acompanham as páginas oficiais da Prefeitura de M2 nas mídias sociais é pela vinculação das publicações de ações governamentais à imagem do gestor público, o que deve ser evitado para não incorrer na utilização da imagem do administrador público para a promoção pessoal, vedado pelo artigo 37 da Constituição Federal (BRASIL, 1988). Ademais, privilegiar outros atores que não os agentes públicos constitui uma estratégia de comunicação para tentar obter maior engajamento e garantir que o conteúdo traga questões de interesse público (COMEL; BRODBECK; QUADROS, 2021).

No segundo conjunto, observa-se o padrão de crescimento do número de reações diretamente relacionado ao aumento da população, tanto que a Prefeitura de M7, município de maior contingente populacional, obteve o maior número de reações. Contudo, atribuir apenas ao maior número de pessoas no município o fato das mídias sociais obterem maior engajamento quanto às reações seria ignorar que os conteúdos e a estratégia de comunicação adotada pela Prefeitura influem no alcance de níveis mais altos de envolvimento dos cidadãos (BONSÓN; ROYO; CAMBRA, 2018).

Já quanto aos comentários, a Tabela 24 traz a síntese dos resultados apurados nas Prefeituras pesquisadas.

**Tabela 25 – Comentários em publicações das Prefeituras nas mídias sociais**

<b>Município</b>	<b>Porcentagem de publicações com comentário</b>	<b>Comentários (média)</b>	<b>Respostas da Prefeitura (média)</b>
M1	59,09%	3,91	0,45
M2	37,04%	2,07	0,00
M3	57,69%	6,46	0,04
M4	66,67%	17,67	1,86
M5	83,33%	16,67	0,17
M6	70,21%	10,57	1,69
M7	71,43%	12,14	0,00

**Fonte: Dados da pesquisa (2023)**

Da Tabela 24, verifica-se as Prefeituras que compõem o conjunto 2, aquelas de maior população, tem índices maiores de publicações com comentários, acima de 70% quando comparadas às Prefeituras do conjunto 1. No conjunto 2, a Prefeitura de M7, maior município em termos populacionais e que teve o maior número de reações, não teve sequer uma resposta aos comentários, adotando o mesmo padrão

de não resposta verificado nas grandes capitais mundiais pesquisadas em Nakazato, Silva e Vicentin (2022). A Prefeitura de M6, que em entrevista afirmou fazer um elevado número de respostas nas mídias sociais, dentro do cluster 2 foi a Prefeitura onde o diálogo foi mais caracterizado, inclusive adotando um padrão nas respostas aos usuários das mídias sociais.

No conjunto 1, em relação aos comentários, a Prefeitura de M4 foi a que proporcionou a maior possibilidade de diálogo, tanto em relação aos comentários dos usuários quanto nas respostas da Prefeitura e, embora não tenha um padrão de resposta, foi observado um esforço por parte do setor de comunicação em ser entendido pela população, por meio de textos, links e fotos buscando esclarecer os questionamentos dos cidadãos. De forma geral, contudo, é baixo o índice de respostas pelas Prefeituras o que, segundo Comel, Brodbeck e Quadros (2021), pode ser causado por: o setor de comunicação não dispor das informações para dar retorno a todos os questionamentos/comentários negativos, a demanda de trabalho da equipe impossibilitar o retorno a todas as perguntas, os profissionais não compreenderem a importância destas interações ou preferirem responder às questões de forma privada para evitar polêmicas.

Em síntese, a análise comparativa permitiu identificar grandes diferenças e algumas semelhanças entre a comunicação governamental no contexto da governança pública das Prefeituras Municipais do conjunto 1 – que os municípios possuem entre 30 e 40 mil pessoas – e as Prefeituras do conjunto 2 com populações de 80, 150 e 350 mil pessoas: (i) o cluster 2 tende a adotar mais cedo as mídias sociais bem como fazer uso de mais mídias sociais na comunicação governamental; (ii) em ambos os clusters o Facebook é a mídia social com maior número de seguidores porém no cluster 2 o Instagram é também muito relevante; (iii) a quantidade de publicações não tem relação com o porte do município mas sim com a estratégia de comunicação da Prefeitura; (iv) o conteúdo da comunicação do cluster 1 tende a ser mais voltada à divulgação das ações da Prefeitura enquanto a comunicação do cluster 2 tende ultrapassar a divulgação e incorporar campanhas educativas, conteúdos de relacionamento e utilização de humor; (v) a relação do conteúdo das publicações com princípio de governança pública independe do porte do município e se relaciona com a estratégia de comunicação sendo que o princípio de relacionamento com as partes interessadas foi o mais identificado na comunicação das Prefeituras, indicando que o poder local estabelece parcerias e

redes de relacionamento para realização das ações governamentais; (vi) em relação ao engajamento, o cluster 2 apresenta número superior de reações aos seus conteúdos e comentários recebidos, contudo, no tocante ao número de respostas da Prefeitura não se observou relação com o porte do município, podendo ser atribuído o número de respostas à estratégia de comunicação de cada Prefeitura.

#### 4.9 Em busca de um modelo de comunicação governamental por intermédio das mídias sociais

Após realizar uma análise comparativa dos casos estudados nesta pesquisa busca-se cumprir o objetivo específico (e) propor um modelo de comunicação governamental em cidades, por intermédio de mídias sociais, no contexto da governança pública. Nesse sentido, à luz da fundamentação teórica e dos achados desta pesquisa, na Figura 12 é apresentado um modelo de comunicação governamental para as Prefeituras Municipais baseado em três componentes: (i) adoção de mídias sociais; (ii) integração da comunicação governamental por mídias sociais; e (iii) participação que leva em conta o contexto da governança pública. A explicação e justificativa do modelo são apresentados na sequência.

**Figura 12 – Modelo de comunicação governamental em cidades, por intermédio de mídias sociais, no contexto da governança pública**



Fonte: Autoria própria (2023)

O primeiro componente do modelo proposto é a adoção de mídias sociais pelas Prefeituras. Tanto a literatura quanto as entrevistas ressaltaram a importância da adoção das mídias sociais pelo poder público. A adoção tem por base o trabalho de Mergel e Bretschneider (2013), já detalhado na fundamentação teórica e se dá

em três etapas: experimentação; coordenação; e institucionalização e normatização. Verificou-se que as Prefeituras analisadas se encontram na etapa de coordenação, quando o setor de comunicação busca centralizar a comunicação por intermédio das mídias sociais ou mesmo coordenar outros setores que também fazem uso das redes sociais. Nenhuma Prefeitura possui normativa própria sobre o uso de mídias sociais e nesse sentido, a proposta da tese para implementação do modelo é a criação de uma normativa própria de comunicação governamental em nível municipal, que possa estabelecer os objetivos da Prefeitura na adoção e uso das mídias sociais, as definições de acesso ao perfil institucional, padronização visual, de elementos-chave na comunicação, de formas de respostas e comentários, bem como as métricas de análise e as boas práticas do órgão, alcançado assim a etapa de institucionalização e normatização.

O segundo componente do modelo proposto é a integração da comunicação governamental, utilizando mídias online e off-line a partir de um planejamento estratégico, conforme Campillo-Alhama e Martínez-Sala (2017), já detalhado na fundamentação teórica – ver Figura 6. A pesquisa identificou diferentes estruturas de comunicação nas Prefeituras que refletem diferentes olhares para a comunicação governamental: nas entrevistas o papel do setor de comunicação foi visto, por um lado, a partir da ótica de cobertura das ações governamentais, em especial das ações do Prefeito até, por outro lado, a criação de conteúdo voltada para a construção de uma audiência própria. Cada olhar impacta na estrutura formal, de departamento de imprensa a uma secretaria de comunicação, e nos recursos disponíveis para a realização do papel definido, sejam recursos humanos, sejam recursos materiais e financeiros. Verificou-se que as Prefeituras que conseguiram integrar outras mídias, como rádio e jornal obtiveram bons resultados na relação entre comunicação e governança em eventos como audiências públicas e mesmo em engajamento nas mídias sociais. Diante disso, a proposta da tese para implementação do modelo é estabelecer uma estrutura de comunicação governamental e dotá-la com recursos humanos e materiais suficientes, para prover a integração da comunicação das mídias sociais com as outras mídias disponíveis online e off-line dentro da realidade de cada Prefeitura, resguardando o papel da comunicação na governança pública.

O terceiro componente é o diálogo e a participação e aqui reside a diferenciação do modelo com base nas mídias sociais. O estímulo à participação do

cidadão une as teorias de governança pública e comunicação governamental e todos os entrevistados ressaltaram a importância da participação da população – ver Quadros 9 e 10. As mídias sociais permitem a participação e o diálogo, contudo, o que se observou de forma geral nos casos estudados é que a participação é baixa e o diálogo pelas mídias sociais é restrito, tendo em vista que os perfis oficiais das Prefeituras, de modo geral, não respondem devidamente todos os usuários que comentam em suas publicações. Nesse sentido, a proposta é estabelecer a prática de comunicação de participação ativa por meio de uma estratégia de comunicação que contemple: (i) conteúdos que consigam maior engajamento dos cidadãos (BONSÓN; ROYO; CAMBRA, 2018) e (ii) disposição ao diálogo de forma pública. Para que este último ocorra, as pessoas que efetivamente trabalham no setor de comunicação devem compreender a importância da interação, possuir ou ter condições de buscar todas as informações necessárias às respostas e ainda ter uma rotina de trabalho que contemple essa demanda. Conforme verificado nas entrevistas, o engajamento dos usuários depende do entendimento da Prefeitura sobre o funcionamento de cada rede social e nesse sentido a utilização das métricas permite o entendimento de qual tipo de conteúdo atinge maior impacto nos cidadãos para aprimoramento da comunicação governamental por meio das mídias sociais.

Os três componentes do modelo estão inseridos no contexto da governança pública, em especial na esfera da cidade. Os princípios de Governança Pública ficam na base do modelo e foram detalhados nos Quadros 7 e 13. A literatura trazida na fundamentação teórica descreve o contexto local propício à governança pública e reforça que a governança pública, como um modelo de gestão pública que visa aumentar a capacidade do Estado de execução de políticas públicas, demanda a participação das diversas partes interessadas para reformular as relações entre Estado e os demais atores sociais. Os casos estudados permitiram identificar que é possível relacionar os conteúdos publicados pelas Prefeituras nas mídias sociais com os princípios de governança pública. Dessa forma, a proposta do modelo é buscar a comunicação da governança pública por meio de seus princípios, referindo-se a eles sempre que possível e utilizando-se dos recursos multimídias à disposição para reforçar os princípios de governança pública.



## 5 CONCLUSÃO

As cidades estão inseridas em um contexto de complexidade em que se apresentam diversos desafios como o desenvolvimento econômico local, a poluição e a geração de emprego que os governos locais devem enfrentar por meio da superação de um governo burocrático caminhando para a governança pública e incentivando a participação dos cidadãos.

Diante disso, o presente estudo teve por objetivo analisar como as Prefeituras Municipais utilizam as mídias sociais para a comunicação governamental no contexto da governança pública. O alcance do objetivo geral se deu a partir do cumprimento dos objetivos específicos da tese a seguir detalhados.

O primeiro objetivo específico foi observar o uso de mídias sociais pelas Prefeituras Municipais. Todas as Prefeituras estudadas utilizam as mídias sociais, sendo que as Prefeituras dos municípios com maior população tendem a adotar mais cedo as mídias sociais bem como fazer uso de mais mídias sociais na comunicação governamental. Em todos os casos analisados o Facebook é a mídia social com maior número de seguidores, porém, nas cidades com maior população, o Instagram apresenta números relevantes, em torno de 20% da relação de seguidores/população do município. No tocante à quantidade de publicações, não se observou relação com o porte do município, mas sim com a estratégia de comunicação da Prefeitura.

O segundo objetivo específico consistiu em analisar o conteúdo da comunicação e a relação com a governança pública nas mídias sociais das Prefeituras Municipais. Verificou-se que o conteúdo da comunicação das Prefeituras Municipais de cidades com população menor tende a ser mais voltada à divulgação das ações da Prefeitura enquanto a comunicação das Prefeituras dos municípios mais populosos tende a ultrapassar a divulgação de conteúdos e incorporar campanhas educativas, conteúdos de relacionamento e utilização de humor. A relação do conteúdo das publicações com os princípios de governança pública independe do porte do município e se relaciona com a estratégia de comunicação. O princípio de relacionamento com as partes interessadas foi o mais identificado na comunicação das Prefeituras, indicando que o poder local estabelece parcerias e redes de relacionamento para realização das ações governamentais.

O terceiro objetivo específico buscou identificar a percepção dos gestores municipais do papel da comunicação governamental e a relação com governança pública. A percepção durante as entrevistas com os responsáveis pelo setor de comunicação das Prefeituras dos municípios de menor porte é que a função principal seria a cobertura jornalística dos atos do Prefeito e secretários, nesse sentido, o estudo revelou que o principal desafio a ser vencido é a superação da vinculação da comunicação governamental com a figura do Prefeito. O olhar dos gestores das cidades com população maior é uma possível resposta a este desafio: quanto melhor for a comunicação governamental, quanto mais sentido fizer ao cidadão e quanto mais valor entregar – valor entendido como prestação de serviços – melhor será a avaliação da gestão da Prefeitura sem que se vincule a imagem do administrador público na comunicação governamental. A relação entre comunicação governamental e a governança pública, na ótica dos gestores, ocorre nos prêmios recebidos em rankings de transparência ou qualidade de gestão das cidades. O conceito de governança pública não é claro aos gestores entrevistados embora institivamente exista a relação da governança pública com os princípios de transparência, prestação de contas e *compliance*.

O quarto objetivo específico tratou da identificação da interação dos usuários das mídias sociais com os conteúdos das Prefeituras Municipais. A primeira forma de verificação deste objetivo específico abordou as reações dos usuários ao conteúdo. As Prefeituras em que os municípios têm volume populacional próximo, obtiveram número de reações semelhantes, com exceção de uma Prefeitura que M2. Uma possível explicação do baixo número de reações por parte dos usuários que acompanham as páginas oficiais da uma Prefeitura que em seu conteúdo privilegiou a vinculação de ações governamentais à imagem do gestor público. Nas Prefeituras dos municípios com maior contingente populacional observa-se um padrão de crescimento do número de reações diretamente relacionado ao aumento da população. Contudo, atribui-se os resultados demonstram que um maior engajamento quanto às reações vincula-se à estratégia de comunicação adotada pela Prefeitura. Já quanto aos comentários, as Prefeituras de municípios de maior população têm índices maiores de publicações com comentários quando comparadas às Prefeituras de menor população. Em relação às respostas das Prefeituras aos comentários dos usuários, de forma geral é baixo o índice de

respostas sendo que duas Prefeituras, M4 e M6, se destacaram positivamente por adotar uma política de respostas aos usuários.

O quinto e último objetivo específico buscou propor um modelo de comunicação governamental em cidades, por intermédio de mídias sociais, no contexto da governança pública. O modelo teve por base a fundamentação teórica e os achados da pesquisa e é composto por três componentes: (i) adoção de mídias sociais: as prefeituras podem percorrer três etapas na adoção de uma mídia social – experimentação, coordenação e institucionalização e normatização; (ii) integração da comunicação governamental por mídias sociais: as prefeituras podem dispor de uma estrutura de comunicação governamental, com recursos humanos e materiais suficientes, para prover a integração da comunicação das mídias sociais com as outras mídias disponíveis dentro da realidade de cada Prefeitura; e (iii) diálogo e participação: as prefeituras podem elaborar uma estratégia de comunicação que integrem conteúdos que obtenham maior engajamento dos cidadãos aliado a uma disposição ao diálogo de forma pública. Na base do modelo estão os princípios de governança pública que dão sustentação ao diálogo e participação.

O estudo contribuiu ao se incluir na parca literatura existente sobre a relação da governança pública e comunicação governamental, em especial no contexto de cidades, como um desfecho do projeto de pesquisa ‘Comunicação e Governança Pública: As Práticas de Comunicação da Governança Pública por intermédio das Tecnologias de Informação e Comunicação dos Municípios brasileiros’ demonstrando que a governança pública pode ser observada em governos locais e que o contexto local fomenta a comunicação entre a administração, os cidadãos e demais partes interessadas. Do ponto de vista prático, o estudo contribuiu para demonstrar que as mídias sociais são úteis na compreensão das relações entre governos e cidadãos e tem a capacidade de estimular a participação e o engajamento dos cidadãos. A contribuição social do estudo reside na construção do modelo de aplicação prática que pode auxiliar os gestores de comunicação das Prefeituras na efetiva melhoria da governança pública em nível local pois tende a aumentar a participação dos cidadãos o que, segundo a própria teoria da governança pública, acarreta a melhoria da gestão pública

## **5.1 Limitações da pesquisa**

Considerando que toda escolha metodológica envolve renunciar a outras possibilidades, têm-se que todas as pesquisas apresentam limitações. Nesse estudo, a quantidade de casos estudados é um fator limitante para entendimento do fenômeno. A escolha dos municípios pesquisados, em detrimento de outros e a própria escolha do desenho de pesquisa de estudo de casos múltiplos acarreta a não possibilidade de generalização dos resultados da pesquisa.

A elaboração do formulário de observação das mídias sociais, embora seja um aprimoramento do instrumento de pesquisa anteriormente utilizado, traz limitações e necessita de validação em outros contextos e por especialistas e outros pesquisadores. A adoção da 'semana composta', embora útil para a coleta de dados na perspectiva de análise comparada, restringe o período temporal da coleta de dados e assim limita os resultados do estudo.

As diferentes formas de entrevista feitas, por telefone, videoconferência e pessoalmente e ainda a resposta por escrito trazem ambientes diferentes e influenciam nas respostas dos entrevistados e assim têm-se mais uma limitação da pesquisa.

Durante as entrevistas, os gestores de comunicação relataram sobre a relativa importância das mídias sociais, em especial nas cidades do interior, longe dos grandes centros urbanos. O rádio foi citado pelos entrevistados como a forma que as pessoas mais se informam e dessa forma a comunicação das Prefeituras se dedica ao meio de comunicação que tem maior alcance na sua realidade. Dessa forma, os resultados obtidos por estas Prefeituras nas mídias sociais refletem de alguma forma a prioridade tanto do setor público quanto da própria população. Não se está afirmando que as mídias sociais não são importantes, mas que tem relativa importância no contexto dos municípios afastados dos grandes centros urbanos.

## **5.2 Sugestão de novos estudos**

A finalização de uma pesquisa pode ser o início de outros estudos e assim, embora encerrado este ciclo de pesquisas, verifica-se que diversas vertentes sobre

a comunicação da governança pública por intermédio das mídias sociais podem ser exploradas, constituindo-se em opção para estudos futuros.

No decorrer da tese, o mundo passou por uma pandemia sem precedentes o que impactou de diversas formas a sociedade e os governos. Este estudo identificou esse fenômeno, porém sugere-se pesquisas que aprofundem a análise da comunicação governamental pré e pós-pandemia e as implicações na governança pública.

As mídias sociais são estudadas por diversas áreas de estudo e o enfoque dessa pesquisa foi a partir da lente da ótica da administração pública, no entanto, pesquisas podem ser feitas incorporando outros campos de conhecimento na relação entre comunicação e governança pública. A avaliação do modelo proposto em diferentes realidades pode ser objeto de futuras pesquisas assim como o estudo e proposição das sugestões oriundas do modelo: normatização sobre mídias sociais para prefeituras municipais, estruturação da comunicação governamental para cidades médias, estratégias de comunicação para Prefeituras que aliem engajamento e diálogo com os cidadãos.

## REFERÊNCIAS

AKHMAD, Bachruddin Ali. Local Government Communication in Indonesia: Observations from Banjarmasin, South Kalimantan. **Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication**, [S. l.], v. 36, n. 3, p. 102–122, 2020. DOI: 10.17576/JKMJC-2020-3603-07. Disponível em: <http://ejournal.ukm.my/mjc/article/view/39566>.

AKIMOVA, L.; AKIMOV, O.; MIHUS, I.; KOVAL, Ya.; DMITRENKO, V. Improvement of the methodological approach to assessing the impact of public governance on ensuring the economic security of the State. **Financial and credit activity: problems of theory and practice**, [S. l.], v. 4, n. 35, p. 180–190, 2020. DOI: 10.18371/fcaptp.v4i35.221969. Disponível em: <http://fkd1.ubs.edu.ua/article/view/221969>.

ALMEIDA-SANTOS, Paulo Sergio; DANI, Andreia Carpes; DAL MAGRO, Cristian Bau; MATIAS-PEREIRA, José; ZONATTO, Vinícius Costa da Silva. Efeitos da Qualidade da Governança Pública no Sentimento de Confiança da População em Países da América Latina. **Administração Pública e Gestão Social**, [S. l.], v. 10, n. 4, p. 228–238, 2018. DOI: 10.21118/apgs.v10i4.1794. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/ojs/apgs/article/view/5518>.

ALVES DE SOUZA MATOS, Getúlio; AMARAL, Hudson Fernandes; IQUIAPAZA, Robert Aldo. Governance Intensity and Incidence: Assessing State-Level Financial Governance in Brazil. **Administração Pública e Gestão Social**, [S. l.], v. 10, n. 4, p. 316–327, 2018. DOI: 10.21118/apgs.v10i4.2045. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/ojs/apgs/article/view/5739>.

ANAO. **Public Sector Governance. Strengthening performance through good governance** Australian National Audit Office. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <http://nla.gov.au/nla.obj-494733346>. Acesso em: 7 out. 2021.

ANSELL, Chris; GASH, Alison. Collaborative Governance in Theory and Practice. **Journal of Public Administration Research and Theory**, [S. l.], v. 18, n. 4, p. 543–571, 2008. DOI: 10.1093/jopart/mum032. Disponível em: <https://academic.oup.com/jopart/article-lookup/doi/10.1093/jopart/mum032>.

ANTONENKO, Daryna. Social media are the modern language of communications and an effective mechanism of public governance. **Public Administration and National Security**, [S. l.], n. 4, p. 1–17, 2021. DOI: 10.25313/2617-572X-2021-4-7472. Disponível em: <https://www.inter-nauka.com/issues/administration2021/4/7472>. Acesso em: 19 maio. 2023.

APEC, Asia-Pacific Economic Cooperation. **Good Practice Guide on Public Sector Governance**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <https://www.apec.org/Publications/2011/03/Good-Practice-Guide-on-Public-Sector->

Governance. Acesso em: 8 out. 2021.

ARIA, Massimo; CUCCURULLO, Corrado. Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of Informetrics**, [S. l.], v. 11, n. 4, p. 959–975, 2017. DOI: 10.1016/j.joi.2017.08.007. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1751157717300500>. Acesso em: 22 set. 2021.

ARISAWA, Elisângela Dourado; MOREIRA, Marina Figueiredo. Duas décadas de premiação, quantas de inovação? O papel da difusão no Prêmio Enap. **Cadernos EBAPE.BR**, [S. l.], v. 17, n. 4, p. 988–1001, 2019. DOI: 10.1590/1679-395174414. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-39512019000400988&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512019000400988&tlng=pt). Acesso em: 29 maio. 2023.

ATG, Association Tunisienne de Governance. **Public Governance in Tunisia: Principles, Status and Prospects**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <https://pomed.org/wp-content/uploads/2013/11/Public-Governance-in-Tunisia-English.pdf>. Acesso em: 8 out. 2021.

BALDAM, Roquemar. **Science Mapping (Bibliometria) with R Studio, Bibliometrix and International Indexes**. 2021. Disponível em: <http://cope.ufes.br>. Acesso em: 12 maio. 2021.

BAO, Guoxian; WANG, Xuejun; LARSEN, Gary L.; MORGAN, Douglas F. Beyond New Public Governance. **Administration & Society**, [S. l.], v. 45, n. 4, p. 443–467, 2013. DOI: 10.1177/0095399712464952. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0095399712464952>.

BARBERA, Carmela; BORGONOV, Elio; STECCOLINI, Ileana. Popular Reporting and Public Governance: The Case of “Bilancio in Arancio” in Milan Municipality. *In*: HINNA, Alessandro; GNAN, Luca; MONTEDURO, Fabio (org.). **Governance and Performance in Public and Non-Profit Organizations**. Bingley: Emerald Group Publishing Limited, 2016. p. 3–30. DOI: 10.1108/S2051-663020160000005001. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S2051-663020160000005001/full/html>.

BARDDAL, Fabiana Marissa Etzel; TORRES, Ricardo Lobato. Efetividade da participação cidadã nos conselhos municipais de Curitiba. **urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana**, [S. l.], v. 12, 2020. DOI: 10.1590/2175-3369.012.e20190045. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2175-33692020000100203&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-33692020000100203&tlng=pt).

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARRETO, Rodrigo Tavares de Souza; VIEIRA, James Batista. Os programas de integridade pública no Brasil: indicadores e desafios. **Cadernos EBAPE.BR**, [S. l.],

v. 19, n. 3, p. 442–463, 2021. DOI: 10.1590/1679-395120200069. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-39512021000300442&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512021000300442&tlng=pt). Acesso em: 1 mar. 2023.

BAYAR, Yilmaz. Public governance and economic growth in the transitional economies of the European Union. **Transylvanian Review of Administrative Sciences**, [S. l.], v. 12, n. 48, p. 5–18, 2016. Disponível em: <https://rtsa.ro/tras/index.php/tras/article/view/480>.

BONSÓN, Enrique; ROYO, Sonia; CAMBRA, Esther. Análisis del uso de Facebook a nivel municipal. Una aplicación a municipios españoles. **Revista del CLAD Reforma y Democracia**, [S. l.], n. 71, p. 85–120, 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3575/357559213004/html/>. Acesso em: 18 maio. 2023.

BORGES, Gabriela Lira. **Instrumentos de diálogo entre municípios e cidadãos - análise sobre a condição de diálogo dos municípios paranaenses com menor e maior índice de governança municipal**. 2020. Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Curitiba-PR, 2020. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/5087>.

BOVAIRD, Tony. Beyond Engagement and Participation: User and Community Coproduction of Public Services. **Public Administration Review**, [S. l.], v. 67, n. 5, p. 846–860, 2007. DOI: 10.1111/j.1540-6210.2007.00773.x. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6210.2007.00773.x>.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. . 1988.

BRENDER, Nathalie; YZEIRAJ, Bledi; DUPUY, Florian. Risk and accountability: Drivers for change in network governance. The case of school restaurants governance in a Swiss city. **Cogent Business & Management**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. 1–13, 2017. DOI: 10.1080/23311975.2017.1384636. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2017.1384636>. Acesso em: 25 out. 2021.

BROCCARDO, Laura; CULASSO, Francesca; MAURO, Sara Giovanna. Smart city governance: exploring the institutional work of multiple actors towards collaboration. **International Journal of Public Sector Management**, [S. l.], v. 32, n. 4, p. 367–387, 2019. DOI: 10.1108/IJPSM-05-2018-0126. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJPSM-05-2018-0126/full/html>. Acesso em: 25 out. 2021.

BUSTOS, Edgar O. Organizational Reputation in the Public Administration: A Systematic Literature Review. **Public Administration Review**, [S. l.], v. 81, n. 4, p. 731–751, 2021. DOI: 10.1111/puar.13363. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/puar.13363>. Acesso em: 13 abr. 2023.



BUTA, Bernardo Oliveira; TEIXEIRA, Marco Antonio Carvalho. Governança pública em três dimensões: conceitual, mensural e democrática. **Organizações & Sociedade**, [S. l.], v. 27, n. 94, p. 370–395, 2020. DOI: 10.1590/1984-9270941. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1984-92302020000300370&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302020000300370&tlng=pt).

CADDY, Joanne. Cidadãos como parceiros: informação, consulta e participação pública na formulação de políticas. In: **Transparência e Responsabilização no Setor Público: fazendo acontecer**. Coleção Ge ed. Brasília-DF: MP - Seges, 2002. p. 281–294.

CAMILO, Silvio Parodi Oliveira; MANENTI, Rosana Vieira Alves; YAMAGUCHI, Cristina Keiko. Práticas de governança pública municipal: análise informacional dos sítios eletrônicos em portais de transparência. **Revista de Ciências da Administração**, [S. l.], p. 8–23, 2018. DOI: 10.5007/2175-8077.2018V20nespp8. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2018V20nespp8>. Acesso em: 27 fev. 2023.

CAMPILLO-ALHAMA, Concepción; MARTÍNEZ-SALA, Alba-María. Integrated communication 2.0 in municipal administration. **El Profesional de la Información**, [S. l.], v. 26, n. 3, p. 507, 2017. DOI: 10.3145/epi.2017.may.17. Disponível em: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2017.may.17>. Acesso em: 15 nov. 2021.

CANEL, María José; AHO-LUOMO, Vilma. **Public Sector Communication: Closing Gaps Between Citizens and Public Organizations**. [s.l.] : Wiley Blackwell, 2019.

CARLILE, Paul R.; CHRISTENSEN, Clayton M. **The Cycles of Theory Building in Management Research. Working Paper**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: [http://www.hbs.edu/faculty/publication\\_files/05-057.pdf](http://www.hbs.edu/faculty/publication_files/05-057.pdf).

CARNIELLO, Monica Franchi. Proposta Metodológica de Avaliação de Comunicação Governamental Digital. **Revista Observatório**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 101–116, 2015. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2015v1n2p101. Disponível em: <http://revista.uft.edu.br/index.php/observatorio/article/view/1548>.

CARVALHO, Marcelo; LOPES, Evandro Luiz; FREIRE, Otávio Bandeira de Lamônica; PEDRON, Cristiane Drebes. Falha de serviços: Mapeamento de 10 anos de produção científica. **Teoria e Prática em Administração**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 106–120, 2019. DOI: 10.21714/2238-104X2019v9i3-43158. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tpa/article/view/43158/27661>.

CASADY, Carter B.; ERIKSSON, Kent; LEVITT, Raymond E.; SCOTT, W. Richard. (Re)defining public-private partnerships (PPPs) in the new public governance (NPG) paradigm: an institutional maturity perspective. **Public Management Review**, [S. l.], v. 22, n. 2, p. 161–183, 2020. DOI: 10.1080/14719037.2019.1577909. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14719037.2019.1577909>.

CAVALCANTE, Pedro; PEREIRA, Ana Karine. Do State capacity dimensions differently affect policy areas performance? **Administração Pública e Gestão Social**, [S. l.], 2022. DOI: 10.21118/apgs.v14i2.12439. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/apgs/article/view/12439>.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto Da. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CEZAR, Layon Carlos. Reflexões sobre a comunicação em políticas públicas: proposta de um modelo de avaliação da comunicação governamental. **Revista de Administração Pública**, [S. l.], v. 52, n. 1, p. 52–70, 2018. DOI: 10.1590/0034-7612165920. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-76122018000100052&lng=pt&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122018000100052&lng=pt&tlng=pt). Acesso em: 15 nov. 2021.

CIPFA, Chartered Institute of Public Finance and Accountancy; IFAC, International Federation of Accountants. **International frameworks: Good Governance in the Public Sector**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <https://www.cipfa.org/policy-and-guidance/standards/international-framework-good-governance-in-the-public-sector>. Acesso em: 8 out. 2021.

COCCIA, Mario. Preparedness of countries to face COVID-19 pandemic crisis: Strategic positioning and factors supporting effective strategies of prevention of pandemic threats. **Environmental Research**, [S. l.], v. 203, p. 111678, 2022. DOI: 10.1016/j.envres.2021.111678. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0013935121009725>.

COE, Council of Europe. **12 principles of good democratic governance. European Label of Governance Excellence (ELoGE)**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <https://www.coe.int/en/web/good-governance/toolkits#%7B%2225572099%22%3A%5B%5D%7D>. Acesso em: 8 dez. 2021.

COELHO, Maria das Graças Pinto. Comunicação Pública e Política – Pesquisas e Práticas. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, [S. l.], v. 41, n. 3, p. 223–225, 2018. DOI: 10.1590/1809-58442018313. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1809-58442018000300223&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442018000300223&tlng=pt). Acesso em: 15 nov. 2021.

COMEL, Naiza; BRODBECK, Pedro; QUADROS, Claudia. A Prefeitura de Florianópolis no Facebook. **Revista compolitica**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 51–80, 2021. DOI: 10.21878/compolitica.2021.11.1.486. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/486>. Acesso em: 12 set. 2022.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre - RS: Artmed, 2010.

CRIADO, J. Ignacio; VILLODRE, Julian. Delivering public services through social media in European local governments. An interpretative framework using semantic algorithms. **Local Government Studies**, [S. l.], v. 47, n. 2, p. 253–275, 2021. DOI: 10.1080/03003930.2020.1729750. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03003930.2020.1729750>.

DALLABONA-FARINIUK, Tharsila; FIRMINO, Rodrigo. Smartphones, smart spaces? O uso de mídias locativas no espaço urbano em Curitiba, Brasil. **EURE (Santiago)**, [S. l.], v. 44, n. 133, p. 255–275, 2018. DOI: 10.4067/s0250-71612018000300255. Disponível em: [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-71612018000300255&lng=en&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612018000300255&lng=en&nrm=iso&tlng=en).

DE ABREU, Victor Hugo Souza; TURINI, Larissa Rodrigues; SANTOS, Andrea Souza. Mapeamento de publicações científicas sobre sobre cidades resilientes. **PIXO - Revista de Arquitetura, Cidade e Contemporaneidade**, [S. l.], v. 5, n. 16, p. 56–69, 2021. DOI: 10.15210/pixo.v5i16.18809. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/pixo/article/view/18809>.

DE GRAAF, Gjalit; MEIJER, Albert. Social Media and Value Conflicts: An Explorative Study of the Dutch Police. **Public Administration Review**, [S. l.], v. 79, n. 1, p. 82–92, 2019. DOI: 10.1111/puar.12914. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/puar.12914>. Acesso em: 15 nov. 2021.

DE SANT'ANNA, Alessandra; NETO, Exzovildres Queiroz; MARCHI, Jamur Johnas. Um ensaio sobre o desenvolvimento local desde a ativação social e a governança pública. **Interações (Campo Grande)**, [S. l.], p. 597–613, 2020. DOI: 10.20435/inter.v21i3.2379. Disponível em: <https://interacoesucdb.emnuvens.com.br/interacoes/article/view/2379>.

DEPAULA, Nic; DINCELLI, Ersin; HARRISON, Teresa M. Toward a typology of government social media communication: Democratic goals, symbolic acts and self-presentation. **Government Information Quarterly**, [S. l.], v. 35, n. 1, p. 98–108, 2018. DOI: 10.1016/j.giq.2017.10.003. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0740624X16302234>.

DIAS, Lorena Silva de Andrade; ROSA, Helena Kampmann; COMIOTTO, Tatiana; GASPARINI, Isabela. A abordagem da aposentadoria no Ensino Médio: um mapeamento sistemático. **Revista de Ensino de Ciências e Matemática**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 388–403, 2020. DOI: 10.26843/rencima.v11i1.2515. Disponível em: <http://revistapos.cruzeirosul.edu.br/index.php/rencima/article/view/2515>.

DUAN, Taixiang; JIANG, Hechao; DENG, Xiangshu; ZHANG, Qiongwen; WANG, Fang. Government Intervention, Risk Perception, and the Adoption of Protective Action Recommendations: Evidence from the COVID-19 Prevention and Control Experience of China. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, [S. l.], v. 17, n. 10, p. 3387, 2020. DOI: 10.3390/ijerph17103387.

Disponível em: <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/10/3387>.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. *In*: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: Estado, Governo, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 59–71.

EDWARDS, Meredith. Public Sector Governance - Future Issues for Australia. **Australian Journal of Public Administration**, [S. l.], v. 61, n. 2, p. 51–61, 2002. DOI: 10.1111/1467-8500.00272. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-8500.00272>.

FABBRI, Sandra; SILVA, Cleiton; HERNANDES, Elis; OCTAVIANO, Fábio; DI THOMMAZO, André; BELGAMO, Anderson. Improvements in the StArt tool to better support the systematic review process. *In*: PROCEEDINGS OF THE 20TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON EVALUATION AND ASSESSMENT IN SOFTWARE ENGINEERING 2016, New York, NY, USA. **Anais [...]**. New York, NY, USA: ACM, 2016. p. 1–5. DOI: 10.1145/2915970.2916013. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2915970.2916013>.

FAIRBANKS, Jenille; PLOWMAN, Kenneth D.; RAWLINS, Brad L. Transparency in government communication. **Journal of Public Affairs**, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 23–37, 2007. DOI: 10.1002/pa.245. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pa.245>. Acesso em: 21 out. 2021.

FANELLI, Simone; LANZA, Gianluca. A local authority governance model: the case of Parma and 'MasterTown'. **International Review of Public Administration**, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 1–13, 2017. DOI: 10.1080/12294659.2016.1272319. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/12294659.2016.1272319>. Acesso em: 5 nov. 2021.

FERNANDES, Janaina de Mendonça; SPOHR, Alexandre Piffero. Immigration Administration in Brazil: Fragmentation and Lack of Coordination and its Challenges to Migration Policy. **Administração Pública e Gestão Social**, [S. l.], 2020. DOI: 10.21118/apgs.v12i4.5836. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/apgs/article/view/5836>.

FRANZ, Nádia-Mara; ANDREOLI, Cleverson-Vitorio; DA SILVA, Christian-Luiz. Gestión participativa, prácticas de gobernanza y desarrollo sostenible en pequeñas ciudades turísticas. **EURE**, [S. l.], v. 47, n. 141, p. 95–115, 2021. DOI: 10.7764/EURE.47.141.05. Disponível em: <http://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/EURE.47.141.05>. Acesso em: 17 maio. 2023.

GAGLIARDI, Dimitri; SCHINA, Laura; SARCINELLA, Marco Lucio; MANGIALARDI, Giovanna; NIGLIA, Francesco; CORALLO, Angelo. Information and communication technologies and public participation: interactive maps and value added for citizens. **Government Information Quarterly**, [S. l.], v. 34, n. 1, p. 153–166, 2017. DOI: 10.1016/j.giq.2016.09.002. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.09.002>.

GAWŁOWSKI, Robert. Co-production as a tool for realisation of public services. **Zarządzanie Publiczne**, [S. l.], v. 2, n. 2(44)/2018, p. 71–81, 2018. DOI: 10.15678/ZP.2018.44.2.05. Disponível em: <http://publicgovernance.pl/zpub/article/view/460>. Acesso em: 19 maio. 2023.

GEREFFI, Gary; LEE, Joonkoo. Economic and Social Upgrading in Global Value Chains and Industrial Clusters: Why Governance Matters. **Journal of Business Ethics**, [S. l.], v. 133, n. 1, p. 25–38, 2016. DOI: 10.1007/s10551-014-2373-7. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/cpoib-03-2014-0018/full/html>.

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GIRAO, Augusto Guillermo. The Impact of the COVID-19 pandemic on Latin American Public Governance: reflections and conclusions. **Revista Portuguesa de Ciência Política / Portuguese Journal of Political Science**, [S. l.], n. 15, p. 95–108, 2021. DOI: 10.33167/2184-2078.RPCP2021.15/pp.95-108. Disponível em: <https://rpcp.pt/index.php/rpcp/article/view/106>. Acesso em: 2 mar. 2023.

GOMES, Ricardo Corrêa; OSBORNE, Stephen P.; GUARNIERI, Patrícia. Influências dos stakeholders e desempenho do governo local: uma revisão sistemática da literatura. **Revista de Administração Pública**, [S. l.], v. 54, n. 3, p. 448–467, 2020. DOI: 10.1590/0034-761220180256. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-76122020000300448&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122020000300448&tlng=pt). Acesso em: 15 nov. 2021.

GOSHOVSKA, Valentyna; DANYLENKO, Lydiia; HACHKOV, Andrii; PALADIICHUK, Sergii; DZEHA, Volodymyr. Problems of Applying Information Technologies in Public Governance. **IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security**, [S. l.], v. 21, n. 8, p. 71–78, 2021. DOI: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.8.10>. Disponível em: <http://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202127452888430.page>. Acesso em: 25 out. 2021.

GRANT, Maria J.; BOOTH, Andrew. A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. **Health Information & Libraries Journal**, [S. l.], v. 26, n. 2, p. 91–108, 2009. DOI: 10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>.

GREVE, Carsten; PEDERSEN, Anne Reff. Denmark's Master of Public Governance program. **Teaching Public Administration**, [S. l.], v. 35, n. 1, p. 22–37, 2017. DOI: 10.1177/0144739416665880. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0144739416665880>.

GROSSI, Giuseppe; ARGENTO, Daniela. The fate of accounting for public governance development. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, [S. l.], v. 35, n. 9, p. 272–303, 2022. DOI: 10.1108/AAAJ-11-2020-5001. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/AAAJ-11-2020-5001/full/html>. Acesso em: 16 maio. 2023.

GROSSI, Giuseppe; PIANEZZI, Daniela. The new public corruption: Old questions for new challenges. **Accounting Forum**, [S. l.], v. 42, n. 1, p. 86–101, 2018. DOI: 10.1016/j.accfor.2016.05.002. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1016/j.accfor.2016.05.002>.

HAER, Toon; BOTZEN, W. J. Woute.; AERTS, Jeroen C. J. H. The effectiveness of flood risk communication strategies and the influence of social networks-Insights from an agent-based model. **Environmental Science and Policy**, [S. l.], v. 60, p. 44–52, 2016. DOI: 10.1016/j.envsci.2016.03.006. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.envsci.2016.03.006>.

HANSSON, Sten. Discursive strategies of blame avoidance in government: A framework for analysis. **Discourse & Society**, [S. l.], v. 26, n. 3, p. 297–322, 2015. DOI: 10.1177/0957926514564736. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0957926514564736>. Acesso em: 21 out. 2021.

HANSSON, Sten. Anticipative strategies of blame avoidance in government. **Journal of Language and Politics**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 219–241, 2017. DOI: 10.1075/jlp.15019.han. Disponível em: <http://www.jbe-platform.com/content/journals/10.1075/jlp.15019.han>. Acesso em: 21 out. 2021.

HARO-DE-ROSARIO, Arturo; SÁEZ-MARTÍN, Alejandro; CABA-PÉREZ, María del Carmen. Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook? **New Media & Society**, [S. l.], v. 20, n. 1, p. 29–49, 2018. DOI: 10.1177/1461444816645652. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444816645652>.

HENRICHES, Joanni Aparecida; MEZA, Maria Lúcia Figueiredo Gomes De. Governança multinível para o desenvolvimento regional: um estudo de caso do Consórcio Intermunicipal da Fronteira. **Revista Brasileira de Gestão Urbana**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 124–138, 2016. DOI: 10.1590/2175-3369.009.001.ao03. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2175-33692017000100124&lng=pt&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-33692017000100124&lng=pt&tlng=pt).

HERRERO-GUTIÉRREZ, Francisco-Javier; SIMELIO, Núria; PUERTAS, Lara Carrascosa. Women Mayors in Spain: An Analysis of Gender Differences in the Management and Quality of Information on Municipal Websites. **Social Sciences**, [S. l.], v. 10, n. 4, p. 128, 2021. DOI: 10.3390/socsci10040128. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2076-0760/10/4/128>.

HILÁRIO, Carla Mara; GRÁCIO, Maria Cláudia Cabrini; GUIMARÃES, José Augusto Chaves. Aspectos éticos da coautoria em publicações científicas. **Em Questão**, [S. l.], v. 24, n. 2, p. 12, 2018. DOI: 10.19132/1808-5245242.12-36. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/76312>.

HOOD, Christopher. A public management for all seasons? **Public Administration**, [S. l.], v. 69, n. 1, p. 3–19, 1991. DOI: 10.1111/j.1467-9299.1991.tb00779.x. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9299.1991.tb00779.x>.

HOOD, Christopher. **The blame game: Spin, bureaucracy, and self-preservation in government**. [s.l.] : Princeton University Press, 2011.

HYLAND-WOOD, Bernadette; GARDNER, John; LEASK, Julie; ECKER, Ullrich K. H. Toward effective government communication strategies in the era of COVID-19. **Humanities and Social Sciences Communications**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 30, 2021. DOI: 10.1057/s41599-020-00701-w. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41599-020-00701-w>.

IASULAITIS, Sylvia; NEBOT, Carmen Pineda; SILVA, Elielson Carneiro Da; SAMPAIO, Rafael Cardoso. Interatividade e ciclo de políticas públicas no Orçamento Participativo Digital: uma análise internacional. **Revista de Administração Pública**, [S. l.], v. 53, n. 6, p. 1091–1115, 2019. DOI: 10.1590/0034-761220180272. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-76122019000601091&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122019000601091&lng=pt). Acesso em: 18 maio. 2023.

IBGE. **Estimativas da população residente para os municípios e para as unidades da federação brasileiros com data de referência em 1º de julho de 2020**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html?=&t=o-que-e>.

IIA, The Institute of Internal Auditors. **Supplemental Guidance: The role of auditing in public sector governance**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: [https://na.theiia.org/standards-guidance/public-documents/public\\_sector\\_governance1\\_1\\_.pdf](https://na.theiia.org/standards-guidance/public-documents/public_sector_governance1_1_.pdf). Acesso em: 8 out. 2021.

INSTITUTO AQUILA. **Índice de Gestão Municipal Aquila - 2022**. 2022. Disponível em: <https://igma.aquila.com.br/>. Acesso em: 13 abr. 2023.

JENSEN, Michael C.; MECKLING, William H. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. **Journal of Financial Economics**, [S. l.], v. 3, n. 4, p. 305–360, 1976. DOI: 10.1016/0304-405X(76)90026-X. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/0304405X7690026X>. Acesso em: 10 maio. 2021.

JIA, Nan; HUANG, Kenneth G.; MAN ZHANG, Cyndi. Public Governance, Corporate Governance, and Firm Innovation: An Examination of State-Owned Enterprises. **Academy of Management Journal**, [S. l.], v. 62, n. 1, p. 220–247, 2019. DOI: 10.5465/amj.2016.0543. Disponível em: <http://journals.aom.org/doi/10.5465/amj.2016.0543>.

KIM, Do Kyun David; KREPS, Gary L. An Analysis of Government Communication in the United States During the COVID-19 Pandemic: Recommendations for Effective Government Health Risk Communication. **World Medical & Health Policy**, [S. l.], v. 12, n. 4, p. 398–412, 2020. DOI: 10.1002/wmh3.363. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/wmh3.363>.

KISSLER, Leo; HEIDEMANN, Francisco G. Governança pública: novo modelo regulatório para as relações entre Estado, mercado e sociedade? **Revista de Administração Pública**, [S. l.], v. 40, n. 3, p. 479–499, 2006. DOI: 10.1590/s0034-76122006000300008.

KITCHENHAM, Barbara A.; BUDGEN, David; BRERETON, O. Pearl. The value of mapping studies – A participant-observer case study. *In*: 2010, **Anais** [...]. [s.l.: s.n.] DOI: 10.14236/ewic/EASE2010.4. Disponível em: <https://scienceopen.com/document?vid=0ddb0f-f8f8-4bbe-8d0f-0c889448bac1>.

KLOCK, Ana Carolina Tomé. Mapeamentos e Revisões Sistemáticas da Literatura: um Guia Teórico e Prático. **Cadernos de Informática**, [S. l.], v. 10, n. 1, p. 1–9, 2018. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/cadernosdeinformatica/article/view/v10n1201801-09>.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica : teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. Petrópolis - RJ: Vozes, 2011.

KOÇOUSKI, Marina. Comunicação pública: construindo um conceito. *In*: MATOS, Heloiza (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013. p. 41–58. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/es/biblioteca/publicacoes/e-book/comunica-o-p-blica-interlocu-es-interlocutores-e-perspectivas-0>.

KUZIEMSKI, Maciej; MISURACA, Gianluca. AI governance in the public sector: Three tales from the frontiers of automated decision-making in democratic settings. **Telecommunications Policy**, [S. l.], v. 44, n. 6, p. 101976, 2020. DOI: 10.1016/j.telpol.2020.101976. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0308596120300689>.

LEE, Chang Bin. Qualitative analysis of cultural tourism websites of municipalities in Taiwan. **Information Technology for Development**, [S. l.], v. 26, n. 1, p. 38–53, 2020. DOI: 10.1080/02681102.2017.1412290. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02681102.2017.1412290>.



LEVINE, Jeremy R. The Privatization of Political Representation. **American Sociological Review**, [S. l.], v. 81, n. 6, p. 1251–1275, 2016. DOI: 10.1177/0003122416670655. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0003122416670655>.

LINDERS, Dennis. From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media. **Government Information Quarterly**, [S. l.], v. 29, n. 4, p. 446–454, 2012. DOI: 10.1016/j.giq.2012.06.003. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0740624X12000883>. Acesso em: 21 out. 2021.

LIU, Brooke Fisher; HORSLEY, J. Suzanne. The Government Communication Decision Wheel: Toward a Public Relations Model for the Public Sector. **Journal of Public Relations Research**, [S. l.], v. 19, n. 4, p. 377–393, 2007. DOI: 10.1080/10627260701402473. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10627260701402473>. Acesso em: 21 out. 2021.

LIUTA, Olga; MERSHCHII, Borys. Assessment of the social and economic development of a region: essence, methodology and correlation with transparency of local authorities. **Public and Municipal Finance**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 83–93, 2020. DOI: 10.21511/pmf.08(1).2019.07. Disponível em: <https://businessperspectives.org/journals/public-and-municipal-finance/issue-324/assessment-of-the-social-and-economic-development-of-a-region-essence-methodology-and-correlation-with-transparency-of-local-authorities>. Acesso em: 27 fev. 2023.

LOBONȚ, Oana Ramona; PURCARIȚA, Raul; VATAVU, Sorana; COSTEA, Florin. A Bibliometric Mapping of the Research Trends of Public Governance and Entrepreneurship Framework. **Postmodern Openings**, [S. l.], v. 12, n. 1Sup1, p. 35–53, 2021. DOI: 10.18662/po/12.1Sup1/270. Disponível em: <https://lumenpublishing.com/journals/index.php/po/article/view/4100>. Acesso em: 5 nov. 2021.

LOPES, André Vaz; FARIAS, Josivania Silva. How can governance support collaborative innovation in the public sector? A systematic review of the literature. **International Review of Administrative Sciences**, [S. l.], p. 002085231989344, 2020. DOI: 10.1177/0020852319893444. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0020852319893444>.

MA, Hanyang; ZENG, Saixing; LIN, Han; CHEN, Hongquan; SHI, Jonathan J. The societal governance of megaproject social responsibility. **International Journal of Project Management**, [S. l.], v. 35, n. 7, p. 1365–1377, 2017. DOI: 10.1016/j.ijproman.2017.01.012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijproman.2017.01.012>.

MAČIULIENĖ, Monika. Mapping Digital Co-Creation for Urban Communities and Public Places. **Systems**, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 14, 2018. DOI: 10.3390/systems6020014. Disponível em: <http://www.mdpi.com/2079-8954/6/2/14>. Acesso em: 15 nov. 2021.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARGRAF, Jürgen; BRAILOVSKAIA, Julia; SCHNEIDER, Silvia. Behavioral measures to fight COVID-19: An 8-country study of perceived usefulness, adherence and their predictors. **PLOS ONE**, [S. l.], v. 15, n. 12, p. e0243523, 2020. DOI: 10.1371/journal.pone.0243523. Disponível em: <https://dx.plos.org/10.1371/journal.pone.0243523>.

MATOS, Heloiza. A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO 2009, Curitiba-PR. **Anais [...]**. Curitiba-PR p. 1–15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0142-1.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2021.

MEIJER, Albert; BOLÍVAR, Manuel Pedro Rodríguez. Governing the smart city: a review of the literature on smart urban governance. **International Review of Administrative Sciences**, [S. l.], v. 82, n. 2, p. 392–408, 2016. DOI: 10.1177/0020852314564308. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0020852314564308>. Acesso em: 15 nov. 2021.

MENEZES, Sabrina Diehl; CAREGNATO, Sonia Elisa. Produção científica brasileira em Química entre 2004 e 2013: análise dos artigos indexados na Web of Science. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, [S. l.], v. 23, n. 53, p. 25–38, 2018. DOI: 10.5007/1518-2924.2018v23n53p25. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2018v23n53p25>.

MERGEL, Ines. A framework for interpreting social media interactions in the public sector. **Government Information Quarterly**, [S. l.], v. 30, n. 4, p. 327–334, 2013. DOI: 10.1016/j.giq.2013.05.015. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0740624X13000762>. Acesso em: 21 out. 2021.

MERGEL, Ines; BRETSCHEIDER, Stuart I. A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government. **Public Administration Review**, [S. l.], v. 73, n. 3, p. 390–400, 2013. DOI: 10.1111/puar.12021. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/puar.12021>. Acesso em: 15 out. 2021.

MONTEIRO, Graça França. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: Estado, Governo, Mercado, Sociedade e**

**Interesse Público**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MORENO, Angeles; FUENTES-LARA, Cristina; NAVARRO, Cristina. Covid-19 communication management in Spain: Exploring the effect of information-seeking behavior and message reception in public's evaluation. **El Profesional de la Información**, [S. l.], v. 29, n. 4, p. 1–16, 2020. DOI: 10.3145/epi.2020.jul.02. Disponível em: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.jul.02>.

MORENO MANZO, Joanna Margarita; NAVARRO CHÁVEZ, José César Lenin. Factores determinantes de la reputación gubernamental: una ponderación a través del algoritmo de Saaty. **CIENCIA ergo sum**, [S. l.], v. 27, n. 1, p. e71-1–14, 2019. DOI: 10.30878/ces.v27n1a3. Disponível em: <https://cienciaergosum.uaemex.mx/article/view/9641>.

MORI, Elisa; BARABASCHI, Barbara; CANTONI, Franca; VIRTUANI, Roberta. Local governments' communication through Facebook. Evidences from COVID-19 pandemic in Italy. **Journal of Public Affairs**, [S. l.], n. October, p. 1–14, 2020. DOI: 10.1002/pa.2551. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pa.2551>.

MORO DOS SANTOS, Lozicler Maria; ALVES, Marcos Alexandre. Formação inicial de professores de Matemática: mapeamento teórico. **Revista de Ensino de Ciências e Matemática**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 110–130, 2020. DOI: 10.26843/rencima.v11i1.2262. Disponível em: <http://revistapos.cruzeirodosul.edu.br/index.php/rencima/article/view/2262>.

NAKAZATO, Cinthia Tiemi Iha. **Comunicação e governança pública: estudo da comunicação nas cidades mais populosas do mundo**. 2019. Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Curitiba-PR, 2019. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/4767>.

NAKAZATO, Cínthia Tiemi Iha; SILVA, Marcelo Rodrigues Da; VICENTIN, Ivan Carlos. Comunicação dos princípios de governança pública nos portais governamentais das grandes capitais mundiais: uma visão continental. **Revista Capital Científico - Eletrônica**, [S. l.], v. 19, n. 4, p. 126–141, 2021. DOI: 10.5935/2177-4153.20210037. Disponível em: <https://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/article/view/6735>. Acesso em: 5 jun. 2022.

NAKAZATO, Cínthia Tiemi Iha; SILVA, Marcelo Rodrigues Da; VICENTIN, Ivan Carlos. Comunicação dos princípios de Governança Pública por meio das mídias sociais nas grandes capitais mundiais. **Navus - Revista de Gestão e Tecnologia**, [S. l.], v. 12, p. 01–17, 2022. DOI: 10.22279/navus.2022.v12.p01-17.1763. Disponível em: <https://navus.sc.senac.br/index.php/navus/article/view/1763/pdf>.

NASCIMENTO, Lebna Landgraf Do. Comunicação pública no Twitter. *In*: MATOS,

Heloiza (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013. p. 199–212. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/biblioteca/publicacoes/e-book/comunica-o-p-blica-interlocu-es-interlocutores-e-perspectivas>.

NECTA. **Ranking Connected Smart Cities**. 2022. Disponível em: <https://ranking.connectedsmartcities.com.br/>. Acesso em: 14 abr. 2023.

NOREIKIENĖ, Ilmara; ŽILINSKAS, Gintaras. Participation of Non-government Organizations of People with Disability in Public Governance: Experiences of Klaipėda City Municipality. **Public Policy And Administration**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 108–120, 2017. DOI: 10.5755/j01.ppa.16.1.18017. Disponível em: <http://vpa.ktu.lt/index.php/PPA/article/view/18017>. Acesso em: 25 out. 2021.

NOVELLI, Ana Lucia Coelho Romero. O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança. **Organicom**, [S. l.], v. 3, n. 4, p. 74–89, 2006. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2006.138912.

OECD. **Chapter 10. Public Governance Policy Framework for Investment User's Toolkit**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: [www.oecd.org/investment/pfitoolkit](http://www.oecd.org/investment/pfitoolkit). Acesso em: 25 set. 2021.

OLIVER-MORA, Martí; IÑIGUEZ-RUEDA, Lupicínio. El impulso de experiencias desde abajo hacia arriba como mecanismo de participación en el diseño de servicios públicos. **Revista de Administração Pública**, [S. l.], v. 50, n. 3, p. 377–394, 2016. DOI: 10.1590/0034-7612143984. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-76122016000300377&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122016000300377&lng=es&tlng=es).

OLTRA, Lluís Català; VERDÚ, Clemente Penalva. El desarrollo del e-Gobierno en los pequeños municipios de la Comunidad Valenciana (España): más espejo que cristal. **Ager**, [S. l.], n. 29, p. 39–77, 2020. DOI: 10.4422/ager.2020.02. Disponível em: <http://ruralager.org/es/espanol-ager-29-2020/>. Acesso em: 17 maio. 2023.

OPAS/OMS. **Histórico da pandemia de COVID-19 - OPAS/OMS | Organização Pan-Americana da Saúde**. 2021. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 23 out. 2021.

OSBORNE, Stephen P. The New Public Governance? **Public Management Review**, [S. l.], v. 8, n. 3, p. 377–387, 2006. DOI: 10.1080/14719030600853022. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14719030600853022>.

OSBORNE, Stephen P. **The New Public Governance?** 1. ed. London: Routledge, 2010. DOI: 10.4324/9780203861684. Disponível em: <https://www.taylorfrancis.com/books/9781135173272>.

PAN, Ji. Temporality alignment: how WeChat transforms government communication in Chinese cities. **Chinese Journal of Communication**, [S. l.], v. 13, n. 3, p. 241–257, 2020. DOI: 10.1080/17544750.2019.1679855. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17544750.2019.1679855>.

PARICIO-ESTEBAN, Pilar; BRUNO-CARLOS, Teresa; ALONSO-ROMEERO, Elvira; GARCÍA-ALCOBER, María P. Webs y portales de transparencia para la participación ciudadana en la gestión de las relaciones públicas con los stakeholders locales. **El profesional de la información**, [S. l.], p. 1–17, 2020. DOI: 10.3145/epi.2020.may.35. Disponível em: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.35>.

PASCOAL, Márcia Néa Oliveira; OLIVEIRA, Oderlene Vieira De. Práticas de Governança Pública Adotadas pela Administração Pública Federal Brasileira. **Administração Pública e Gestão Social**, [S. l.], v. 11, n. 2, p. 215–231, 2019. DOI: 10.21118/apgs.v11i2.5431. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/ojs/apgs/article/view/5431>. Acesso em: 26 mar. 2023.

PEREIRA, Breno Augusto Diniz; CKAGNAZAROFF, Ivan Beck. Contribuições para a consolidação da New Public Governance: identificação das dimensões para sua análise. **Cadernos EBAPE.BR**, [S. l.], v. 19, n. 1, p. 111–122, 2021. DOI: 10.1590/1679-395120200104. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-39512021000100111&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512021000100111&tlng=pt).

QI, Tuotuo; WANG, Tianmei; MA, Yanlin; ZHANG, Wei; ZHU, Yanchun. A scientometric analysis of e-participation research. **International Journal of Crowd Science**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 136–148, 2018. DOI: 10.1108/IJCS-08-2018-0015. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCS-08-2018-0015/full/html>. Acesso em: 19 maio. 2023.

QUEVEDO-SILVA, Filipe; ALMEIDA SANTOS, Eduardo Biagi; BRANDÃO, Marcelo Moll; VILS, Leonardo. Estudo Bibliométrico: Orientações sobre sua Aplicação. **Revista Brasileira de Marketing**, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 246–262, 2016. DOI: 10.5585/remark.v15i2.3274. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12129>.

QUIROZ MEJÍA, José Ricardo. El nivel de la gestión de la Municipalidad Provincial de Chota: Una metodología para gobiernos locales. **Industrial Data**, [S. l.], v. 25, n. 1, p. 79–102, 2022. DOI: 10.15381/idata.v25i1.20870. Disponível em: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/20870>. Acesso em: 27 fev. 2023.

RADZIK-MARUSZAK, Katarzyna. The Tampere model: an example of implementation of the new public governance idea. **Studia Regionalne i Lokalne**,

[S. l.], v. 64, n. 2, p. 110–131, 2016. DOI: 10.7366/1509499526406. Disponível em: <https://studreg.uw.edu.pl/en/archive,model-tampere--przyklad-realizacji-idei-nowego-wspolzarzadzania-publicznego>. Acesso em: 5 nov. 2021.

REDCHUK, R. O. Peculiarities of using social networks in public governance as a modern communication channel. “**Scientific Notes of Taurida V.I. Vernadsky University**”, series “**Public Administration**”, [S. l.], v. 33 (72), n. 1, p. 72–76, 2022. DOI: 10.32838/TNU-2663-6468/2022.1/13. Disponível em: [http://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/1\\_2022/13.pdf](http://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/1_2022/13.pdf). Acesso em: 20 maio. 2023.

REZENDE, Denis Alcides; PARTEKA, Eloisa. Análise Das Estratégias, Informações, Serviços Públicos, Tecnologias Da Informação E Projetos De Cidade Digital Estratégica Em 115 Municípios Paranaenses. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, [S. l.], v. 35, n. 2, p. 229–251, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.35977/0104-1096.cct2018.v35.26349>. Disponível em: <https://seer.sct.embrapa.br/index.php/cct/article/view/26349>. Acesso em: 7 out. 2021.

RHODES, Roderick A. W. Recovering the Craft of Public Administration. **Public Administration Review**, [S. l.], v. 76, n. 4, p. 638–647, 2016. DOI: 10.1111/puar.12504. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/puar.12504>.

RODRIGUES, Alexandre de Cássio; RODRIGUES, Suzana Braga. Governança pública e reeleições municipais em Minas Gerais. **Administração Pública e Gestão Social**, [S. l.], 2019. DOI: 10.21118/apgs.v12i1.5682. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/apgs/article/view/5682>.

ROSA FILHO, Celso Da; DA FONSECA, Marcos Wagner; SOARES, Rodrigo Oliveira. Governança e rating de crédito em municípios brasileiros. **Administração Pública e Gestão Social**, [S. l.], 2020. DOI: 10.21118/apgs.v12i3.8037. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/apgs/article/view/8037>.

SANTOS, Rodolfo Rocha Dos; ROVER, Suliani. Influência da governança pública na eficiência da alocação dos recursos públicos. **Revista de Administração Pública**, [S. l.], v. 53, n. 4, p. 732–752, 2019. DOI: 10.1590/0034-761220180084. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-76122019000400732&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122019000400732&tlng=pt). Acesso em: 5 nov. 2021.

SANTOS, Nathália de Melo; SOUZA, Eda Castro Lucas De. Evolução e tendência de estudos sobre governo eletrônico: mapeamento da área - de 1992 a 2018. **Revista de Administração Pública**, [S. l.], v. 55, n. 5, p. 1124–1148, 2021. DOI: 10.1590/0034-761220200582. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-76122021000501124&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122021000501124&tlng=pt). Acesso em: 16 maio. 2023.

SETYANINGRUM, Dyah; WARDHANI, Ratna; SYAKHROZA, Akhmad. Good public

governance, corruption and public service quality: Indonesia evidence. **International Journal of Applied Business and Economic Research**, [S. l.], v. 15, n. 19, p. 327–338, 2017. Disponível em: [https://serialsjournals.com/abstract/34256\\_24.pdf](https://serialsjournals.com/abstract/34256_24.pdf). Acesso em: 25 out. 2021.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico [livro eletrônico]**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2017.

SIDERI, Maria; KITSIOU, Angeliki; FILIPPOPOULOU, Ariadni; KALLONIATIS, Christos; GRITZALIS, Stefanos. E-Governance in educational settings. **Internet Research**, [S. l.], v. 29, n. 4, p. 818–845, 2019. DOI: 10.1108/IntR-05-2017-0178. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IntR-05-2017-0178/full/html>. Acesso em: 15 nov. 2021.

SILVA, Luis Martins Da. Comunicação pública: Estado, Governo e Sociedade. *In*: SILVA, Luis Martins Da (org.). **Algumas abordagens em comunicação pública**. Brasília-DF: Casa das Musas, 2003. p. 58–75.

SILVA, Marcelo Rodrigues Da. **Práticas de comunicação da governança pública em municípios brasileiros por intermédio da Internet**. 2016. Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Curitiba-PR, 2016. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/2331>.

SILVA, Marcelo Rodrigues Da. Governança pública e mídias sociais: uma revisão sistemática da literatura. *In*: ASENSI, Felipe (org.). **Produção de conhecimento: visões e perspectivas**. Rio de Janeiro - RJ: Pembroke Collins, 2021. v. 1p. 143–156. Disponível em: <https://www.caedjus.com/livros/#cmpa>.

SILVA, Marcelo Rodrigues Da; VICENTIN, Ivan Carlos. Práticas de comunicação da governança pública em municípios brasileiros por intermédio de portais governamentais. **Revista Tecnologia e Sociedade**, [S. l.], v. 14, n. 30, p. 176–201, 2018. DOI: 10.3895/rts.v14n30.5808. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/5808>.

SILVA, Marcus Vinicius Gonçalves Da; PROCOPIUCK, Mário. A produção científica sobre gestão urbana: Análise bibliométrica de 2010 a 2017. **Eure**, [S. l.], v. 45, n. 136, p. 279–293, 2019. DOI: 10.4067/S0250-71612019000300279.

SILVA, Sivaldo Pereira Da. Democracia online: pressupostos teóricos e inovações estruturais na comunicação do Estado contemporâneo. *In*: III CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA (COMPOLÍTICA) 2009, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo p. 1–24. Disponível em: [http://compolitica.org/novo/anais/2009\\_sivaldo\\_pereira.pdf](http://compolitica.org/novo/anais/2009_sivaldo_pereira.pdf). Acesso em: 25 jan. 2021.

SLOMSKI, Valmor; MELLO, Gilmar Ribeiro De; TAVARES FILHO, Francisco;

MACÊDO, Fabrício de Queiroz. **Governança corporativa e governança na gestão pública**. São Paulo: Atlas, 2008.

SØRENSEN, Eva; TORFING, Jacob. Metagoverning Collaborative Innovation in Governance Networks. **The American Review of Public Administration**, [S. l.], v. 47, n. 7, p. 826–839, 2017. DOI: 10.1177/0275074016643181. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0275074016643181>.

SORRENTINO, Maddalena; SICILIA, Mariafrancesca; HOWLETT, Michael. Understanding co-production as a new public governance tool. **Policy and Society**, [S. l.], v. 37, n. 3, p. 277–293, 2018. DOI: 10.1080/14494035.2018.1521676. Disponível em: <https://academic.oup.com/policyandsociety/article/37/3/277/6403940>.

SOUSA, Evangelina da Silva; FONTENELE, Raimundo Eduardo Silveira. Mapeamento da produção científica internacional sobre Valores Humanos Básicos. **Em Questão**, [S. l.], v. 25, n. 3, p. 214–245, 2019. DOI: 10.19132/1808-5245253.214-245. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/88249>.

STONE, Jeffrey A.; CAN, S. Hakan. Linguistic analysis of municipal twitter feeds: Factors influencing frequency and engagement. **Government Information Quarterly**, [S. l.], v. 37, n. 4, p. 101468, 2020. DOI: 10.1016/j.giq.2020.101468. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0740624X19304873>.

TAYLOR, J. Derek; DRAAI, Enaleen; JAKOET-SALIE, Amina. Creating a virtuous cycle for increased trust in local government. **The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 1–8, 2020. DOI: 10.4102/td.v16i1.731. Disponível em: <http://www.td-sa.net/index.php/td/article/view/731>.

TEIXEIRA, Juedir Viana; RAMOS LAMENHA, Artur Angelo. Índices de transparencia y gestión en las entidades públicas como herramienta de control y desempeño: una comparación entre indicadores municipales en Alagoas – Brasil. **Visión de Futuro**, [S. l.], v. 23, n. 23, No 1 (Enero- Junio), p. 75–96, 2019. DOI: 10.36995/j.visiondefuturo.2019.23.01.004.es. Disponível em: <https://visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/331/108>. Acesso em: 27 fev. 2023.

TORFING, Jacob; SØRENSEN, Eva; RØISELAND, Asbjørn. Transforming the Public Sector Into an Arena for Co-Creation: Barriers, Drivers, Benefits, and Ways Forward. **Administration & Society**, [S. l.], v. 51, n. 5, p. 795–825, 2019. DOI: 10.1177/0095399716680057. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0095399716680057>. Acesso em: 25 abr. 2022.

UNITED NATIONS. **World Cities Report 2022: Envisaging the Future of Cities**. 2022. Disponível em: [https://unhabitat.org/sites/default/files/2022/06/wcr\\_2022.pdf](https://unhabitat.org/sites/default/files/2022/06/wcr_2022.pdf).



Acesso em: 18 set. 2023.

UTFPR. **O Programa.** 2019. Disponível em: <http://portal.utfpr.edu.br/cursos/coordenacoes/stricto-sensu/pgp/sobre>. Acesso em: 24 jan. 2021.

VAITKIENĖ, Daiva; JUKNEVIČIENĖ, Vita; POŠKUVIENĖ, Beatričė. The usage of social networks for citizen engagement at the local self-government level: the link between municipal councillors and citizens. **Forum Scientiae Oeconomia**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 111–130, 2021. DOI: 10.23762/FSO\_VOL9\_NO2\_6. Disponível em: <https://ojs.wsb.edu.pl/index.php/fso/article/view/379>. Acesso em: 15 maio. 2023.

VALANDAR, Milad Yousefi; BARANI, Milad Jafari; AYUBI, Peyman; AGHAZADEH, Maryam. An integer wavelet transform image steganography method based on 3D sine chaotic map. **Multimedia Tools and Applications**, [S. l.], v. 78, n. 8, p. 9971–9989, 2019. DOI: 10.1007/s11042-018-6584-2.

VASILENKO, L. A.; ZOTOV, V. V.; ZAKHAROVA, S. A. Social media potential for developing participatory governance. **RUDN Journal of Sociology**, [S. l.], v. 20, n. 4, p. 864–876, 2020. DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-4-864-876. Disponível em: <http://journals.rudn.ru/sociology/article/view/25216>.

VAZ, José Carlos. Administração pública e governança eletrônica: possibilidades e desafios para a tecnologia da informação. In: CUNHA, Maria Alexandra; FREY, Klaus; DUARTE, Fábio (org.). **Governança local e as Tecnologias de Informação e Comunicação**. Curitiba-PR: Champagnat, 2009. p. 195–206.

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

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de coleta de dados no campo**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

WÄLLSTEDT, Niklas; GROSSI, Giuseppe; ALMQVIST, Roland. Organizational solutions for financial sustainability: A comparative case study from the Swedish municipalities. **Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management**, [S. l.], v. 26, n. 1, p. 181–218, 2014. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1096-3367/vol/26/iss/1>.

WANG, Li et al. Taking Action on Air Pollution Control in the Beijing-Tianjin-Hebei (BTH) Region: Progress, Challenges and Opportunities. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 306, 2018. DOI: 10.3390/ijerph15020306. Disponível em: <http://www.mdpi.com/1660-4601/15/2/306>.

WE ARE SOCIAL & HOOTSUITE. **Digital 2019: Essential Insights Into How People Around The World Use The Internet, Mobile Devices, Social Media, and**

**E-CommerceWe Are Social & Hootsuite.** [s.l.: s.n.]. Disponível em: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.

WEAVER, R. Kent. The Politics of Blame Avoidance. **Journal of Public Policy**, [S. l.], v. 6, n. 4, p. 371–398, 1986. DOI: 10.1017/S0143814X00004219. Disponível em: [https://www.cambridge.org/core/product/identifier/S0143814X00004219/type/journal\\_article](https://www.cambridge.org/core/product/identifier/S0143814X00004219/type/journal_article).

WILLIAMS, Simon N.; ARMITAGE, Christopher J.; TAMPE, Tova; DIENES, Kimberly. Public perceptions and experiences of social distancing and social isolation during the COVID-19 pandemic: a UK-based focus group study. **BMJ Open**, [S. l.], v. 10, n. 7, p. e039334, 2020. DOI: 10.1136/bmjopen-2020-039334. Disponível em: <https://bmjopen.bmj.com/lookup/doi/10.1136/bmjopen-2020-039334>.

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

ZEEMERING, Eric S. Functional fragmentation in city hall and Twitter communication during the COVID-19 Pandemic: Evidence from Atlanta, San Francisco, and Washington, DC. **Government Information Quarterly**, [S. l.], v. 38, n. 1, p. 1–14, 2021. DOI: 10.1016/j.giq.2020.101539. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0740624X2030318X>.

ZÉMOR, Pierre. **La communication publique**. Paris: PUF, 1995. Disponível em: <https://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>.

ZHANG, Jian. Public Governance and Corporate Fraud: Evidence from the Recent Anti-corruption Campaign in China. **Journal of Business Ethics**, [S. l.], v. 148, n. 2, p. 375–396, 2018. DOI: 10.1007/s10551-016-3025-x. Disponível em: <http://link.springer.com/10.1007/s10551-016-3025-x>.

ZUIDERWIJK, Anneke; CHEN, Yu-Che; SALEM, Fadi. Implications of the use of artificial intelligence in public governance: A systematic literature review and a research agenda. **Government Information Quarterly**, [S. l.], v. 38, n. 3, p. 101577, 2021. DOI: 10.1016/j.giq.2021.101577. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0740624X21000137>.

ZUPIC, Ivan; ČATER, Tomaž. Bibliometric Methods in Management and Organization. **Organizational Research Methods**, [S. l.], v. 18, n. 3, p. 429–472, 2015. DOI: 10.1177/1094428114562629. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1094428114562629>.

## APÊNDICE A – Dados complementares do mapeamento sistemático de governança pública

**Lista de países que publicaram artigos sobre governança pública no período pesquisado com respectiva informação sobre citações**

<b>País</b>	<b>Artigos</b>	<b>Produção de um único país</b>	<b>Produção de vários países</b>	<b>Citações</b>
África do Sul	7	6	1	31
Alemanha	11	5	6	48
Arábia Saudita	3	2	1	9
Argélia	1	1	0	1
Austrália	21	16	5	145
Áustria	1	0	1	32
Bahrein	2	1	1	13
Bangladesh	1	1	0	10
Bélgica	15	6	9	86
Brasil	44	41	3	40
Bulgária	3	3	0	1
Canadá	12	11	1	61
Catar	2	1	1	1
Cazaquistão	1	0	1	1
Chile	2	2	0	1
China	68	55	13	373
Colômbia	2	2	0	15
Coreia do Sul	5	5	0	0
Croácia	5	4	1	5
Dinamarca	26	20	6	242
Emirados Árabes Unidos	1	1	0	5
Equador	1	1	0	16
Eslováquia	1	0	1	1
Eslovênia	13	12	1	37
Espanha	16	11	5	180
Estados Unidos da América	44	31	13	398
Estônia	1	0	1	9
Finlândia	14	11	3	80
França	10	8	2	45
Gana	1	0	1	8
Geórgia	1	1	0	0

<b>País</b>	<b>Artigos</b>	<b>Produção de um único país</b>	<b>Produção de vários países</b>	<b>Citações</b>
Grécia	1	1	0	3
Hungria	4	3	1	13
Iêmen	1	0	1	0
Índia	3	2	1	10
Indonésia	9	6	3	27
Irlanda	3	3	0	4
Israel	1	0	1	18
Itália	36	24	12	300
Japão	4	3	1	6
Jordânia	2	0	2	10
Kosovo	1	0	1	5
Kuwait	2	0	2	3
Líbano	1	0	1	0
Lituânia	9	8	1	26
Luxemburgo	2	1	1	3
Malásia	4	2	2	18
México	3	2	1	0
Nigéria	5	3	2	15
Noruega	13	10	3	79
Nova Zelândia	4	2	2	7
Omã	1	0	1	0
Países Baixos	27	21	6	301
Paquistão	1	1	0	3
Polônia	12	9	3	53
Portugal	13	12	1	30
Reino Unido	45	25	20	290
República Tcheca	3	3	0	6
Romênia	10	7	3	70
Rússia	19	19	0	9
Singapura	5	3	2	151
Suécia	13	5	8	86
Tailândia	4	2	2	13
Tunísia	1	0	1	1
Turquia	2	2	0	0
Ucrânia	26	24	2	95
Vietnã	9	8	1	64
Não identificado	74	-	-	-

**Lista de colaborações entre países**

<b>De</b>	<b>Para</b>	<b>Frequência</b>
Alemanha	Áustria	2
Alemanha	República Tcheca	1
Alemanha	Lituânia	1
Alemanha	Marrocos	1
Alemanha	Luxemburgo	1
Argentina	Nova Zelândia	1
Argentina	Uganda	1
Austrália	Canadá	2
Austrália	Áustria	1
Austrália	Bélgica	1
Austrália	França	1
Austrália	Alemanha	1
Austrália	Indonésia	1
Austrália	Irlanda	1
Austrália	México	1
Austrália	Noruega	1
Austrália	Suécia	1
Austrália	Suíça	1
Austrália	Vietnã	1
Austrália	Finlândia	1
Áustria	Argentina	2
Áustria	Eslováquia	1
Áustria	Uganda	1
Bélgica	Israel	1
Bélgica	Senegal	1
Bélgica	Suíça	1
Brasil	França	2
Brasil	Argentina	1
Brasil	Itália	1
Brasil	Nova Zelândia	1
Brasil	Espanha	1
Brasil	Suécia	1
Canadá	Singapura	2
Canadá	Croácia	1
Canadá	França	1

<b>De</b>	<b>Para</b>	<b>Frequência</b>
Canadá	Índia	1
Canadá	Luxemburgo	1
Canadá	África do Sul	1
Canadá	Tailândia	1
Canadá	Tunísia	1
China	Austrália	2
China	Paquistão	2
China	Suécia	2
China	Nepal	1
China	Holanda	1
China	Noruega	1
Croácia	Tailândia	1
Dinamarca	Noruega	6
Dinamarca	Austrália	3
Dinamarca	Canadá	2
Dinamarca	Suécia	2
Dinamarca	Áustria	1
Dinamarca	Bélgica	1
Dinamarca	Alemanha	1
Dinamarca	Israel	1
Dinamarca	Holanda	1
Dinamarca	Singapura	1
Dinamarca	Suíça	1
Eslovênia	Croácia	2
Espanha	Argentina	1
Espanha	Bélgica	1
Espanha	Colômbia	1
Espanha	Hungria	1
Espanha	Portugal	1
Estados Unidos da América	Holanda	5
Estados Unidos da América	Austrália	4
Estados Unidos da América	Canadá	4
Estados Unidos da América	China	4
Estados Unidos da América	Reino Unido	4
Estados Unidos da América	Finlândia	3
Estados Unidos da América	Dinamarca	2
Estados Unidos da América	Itália	2

<b>De</b>	<b>Para</b>	<b>Frequência</b>
Estados Unidos da América	Romênia	2
Estados Unidos da América	Singapura	2
Estados Unidos da América	Egito	1
Estados Unidos da América	Estônia	1
Estados Unidos da América	França	1
Estados Unidos da América	Gana	1
Estados Unidos da América	Coréia do Sul	1
Estados Unidos da América	Kuwait	1
Estados Unidos da América	Nova Zelândia	1
Estados Unidos da América	Nigéria	1
Estados Unidos da América	Panamá	1
Estados Unidos da América	Espanha	1
Estados Unidos da América	Suécia	1
Estados Unidos da América	Myanmar	1
Estados Unidos da América	Tailândia	1
Finlândia	Bélgica	1
Finlândia	Estônia	1
Finlândia	Reino Unido	1
Grécia	Malta	1
Holanda	Bélgica	6
Holanda	Austrália	1
Holanda	Canadá	1
Holanda	França	1
Holanda	Alemanha	1
Holanda	Luxemburgo	1
Holanda	Nova Zelândia	1
Holanda	Noruega	1
Holanda	Suécia	1
Holanda	Suíça	1
Indonésia	Japão	1
Indonésia	Alemanha	1
Indonésia	Malásia	1
Indonésia	Filipinas	1
Itália	Suécia	4
Itália	Holanda	2
Itália	Polônia	2
Itália	Austrália	1

<b>De</b>	<b>Para</b>	<b>Frequência</b>
Itália	Bélgica	1
Itália	França	1
Itália	Alemanha	1
Itália	Hungria	1
Itália	Irlanda	1
Itália	Noruega	1
Itália	Romênia	1
Itália	Espanha	1
Itália	Turquia	1
Itália	Vietnã	1
Itália	Canadá	1
Itália	Israel	1
Jordânia	Egito	1
Jordânia	Kuwait	1
Jordânia	Arábia Saudita	1
Kuwait	Egito	3
Lituânia	Polônia	2
Lituânia	República Tcheca	1
Lituânia	Letônia	1
Malásia	Bangladesh	1
Malásia	Nigéria	1
Malásia	Paquistão	1
Malásia	Arábia Saudita	1
Malásia	Iêmen	1
Malásia	Nigéria	1
Nigéria	Gana	1
Noruega	Bélgica	1
Noruega	Finlândia	1
Noruega	Polônia	1
Noruega	Suíça	1
Noruega	Dinamarca	1
Noruega	Nova Zelândia	1
Nova Zelândia	Coréia do Sul	1
Polônia	Áustria	3
Polônia	Argentina	2
Polônia	Grécia	1
Polônia	Hungria	1



<b>De</b>	<b>Para</b>	<b>Frequência</b>
Polônia	Malta	1
Polônia	Suíça	1
Polônia	Uganda	1
Polônia	Nova Zelândia	1
Polônia	Noruega	1
Reino Unido	Itália	6
Reino Unido	Malásia	4
Reino Unido	Noruega	4
Reino Unido	Austrália	3
Reino Unido	Canadá	3
Reino Unido	Finlândia	3
Reino Unido	África do Sul	3
Reino Unido	Bélgica	2
Reino Unido	Irlanda	2
Reino Unido	Suécia	2
Reino Unido	Suíça	2
Reino Unido	Bahrein	1
Reino Unido	Bangladesh	1
Reino Unido	República Tcheca	1
Reino Unido	Dinamarca	1
Reino Unido	Alemanha	1
Reino Unido	Gana	1
Reino Unido	Índia	1
Reino Unido	Coréia do Sul	1
Reino Unido	Kosovo	1
Reino Unido	Lituânia	1
Reino Unido	México	1
Reino Unido	Holanda	1
Reino Unido	Nova Zelândia	1
Reino Unido	Paquistão	1
Reino Unido	Polônia	1
Reino Unido	Portugal	1
Reino Unido	Catar	1
Reino Unido	Romênia	1
República Tcheca	Áustria	1
República Tcheca	Eslováquia	1
Romênia	Grécia	1

<b>De</b>	<b>Para</b>	<b>Frequência</b>
Romênia	Malta	1
Romênia	Polônia	1
Rússia	República Tcheca	1
Rússia	Alemanha	1
Singapura	Croácia	1
Singapura	Estônia	1
Singapura	Tailândia	1
Suécia	Noruega	4
Suécia	Finlândia	2
Suécia	Polônia	2
Suécia	Bélgica	1
Suécia	Alemanha	1
Suécia	Suíça	1
Suíça	Argentina	1
Suíça	Áustria	1
Tailândia	Myanmar	1
Ucrânia	Polônia	3
Ucrânia	Lituânia	2
Ucrânia	Bélgica	1
Ucrânia	República Tcheca	1
Ucrânia	Hungria	1
Ucrânia	Cazaquistão	1
Ucrânia	Reino Unido	1

## APÊNDICE B – Dados complementares do mapeamento sistemático de comunicação governamental

**Lista de países que publicaram artigos sobre comunicação governamental no período pesquisado com respectiva informação sobre citações**

<b>País</b>	<b>Artigos</b>	<b>Produção de um único país</b>	<b>Produção de vários países</b>	<b>Citações</b>
África do Sul	3	3	0	2
Alemanha	3	3	0	72
Arábia Saudita	1	1	0	2
Argentina	3	3	0	1
Austrália	14	11	3	133
Áustria	4	3	1	10
Bélgica	2	1	1	15
Brasil	10	9	1	9
Canadá	4	4	0	8
Catar	1	1	0	1
Chile	1	1	0	2
China	18	12	6	161
Coreia do Sul	6	5	1	19
Eritreia	1	1	0	0
Eslováquia	1	0	1	1
Espanha	9	4	5	144
Estados Unidos da América	19	14	5	266
Estônia	3	3	0	42
Finlândia	3	3	0	0
Gana	1	0	1	2
Geórgia	1	1	0	27
Hong Kong	1	1	0	39
Hungria	1	1	0	2
Índia	1	1	0	5
Indonésia	10	9	1	16
Irã	1	1	0	60
Irlanda	2	1	1	1
Itália	7	6	1	58
Japão	1	1	0	4
Letônia	1	1	0	0
Malásia	1	1	0	7
México	5	5	0	2

<b>País</b>	<b>Artigos</b>	<b>Produção de um único país</b>	<b>Produção de vários países</b>	<b>Citações</b>
Noruega	2	2	0	18
Nova Zelândia	4	3	1	25
Países Baixos	4	3	1	94
Peru	1	1	0	3
Polônia	1	1	0	3
Portugal	1	0	1	2
Reino Unido	14	10	4	279
República Tcheca	3	3	0	3
Rússia	1	1	0	0
Singapura	1	1	0	32
Suécia	2	2	0	13
Suíça	1	0	1	2
Tailândia	2	2	0	6
Ucrânia	1	0	1	0
Não identificado	80			

#### Lista de colaborações entre países

<b>De</b>	<b>Para</b>	<b>Frequência</b>
Austrália	China	1
Austrália	Fiji	1
Austrália	Indonésia	1
Austrália	Países Baixos	1
Austrália	Suíça	1
Áustria	Alemanha	1
Áustria	Suíça	1
Bélgica	Grécia	1
Brasil	Irlanda	1
China	Reino Unido	4
China	Países Baixos	2
China	Bélgica	1
China	Canadá	1
China	Indonésia	1
Colômbia	Equador	1
Eslováquia	Ucrânia	2
Espanha	Equador	3
Espanha	Portugal	3
Espanha	México	2

<b>De</b>	<b>Para</b>	<b>Frequência</b>
Espanha	Canadá	1
Espanha	Colômbia	1
Espanha	Itália	1
Espanha	Kuwait	1
Estados Unidos da América	Coreia do Sul	2
Estados Unidos da América	Polônia	2
Estados Unidos da América	Austrália	1
Estados Unidos da América	Bélgica	1
Estados Unidos da América	Canadá	1
Estados Unidos da América	China	1
Estados Unidos da América	Colômbia	1
Estados Unidos da América	Alemanha	1
Estados Unidos da América	Grécia	1
Estados Unidos da América	Itália	1
Estados Unidos da América	Espanha	1
Estados Unidos da América	Suíça	1
Estados Unidos da América	Reino Unido	1
Indonésia	Tailândia	1
Itália	Irlanda	1
Lituânia	Malta	1
Nigéria	Uganda	1
Noruega	Gana	1
Países Baixos	Suíça	1
Reino Unido	Indonésia	2
Reino Unido	Austrália	1
Reino Unido	Bélgica	1
Reino Unido	Grécia	1
Reino Unido	Países Baixos	1
Reino Unido	Nova Zelândia	1
Reino Unido	Suíça	1
República Tcheca	Eslováquia	1
Suécia	Finlândia	1
Suécia	Polônia	1
Suíça	Bélgica	1
Suíça	Colômbia	1

## **APÊNDICE C – Formulário de observação de mídia social**

### ***Preencher um formulário para cada município pesquisado***

- Nome do município:

### ***Preencher estes dados para cada mídia social utilizada pelo município***

- Nome da mídia social:
- Link do perfil oficial:
- Data da coleta de dados:
- Número de seguidores:
- Transparência:
- Data de criação do perfil oficial:

### ***Preencher estes dados para cada publicação em cada mídia social utilizada pelo município***

- Data da publicação:
- Conteúdo próprio ou compartilhado? Se compartilhado, anotar de qual perfil.
- Texto de apoio:
- Utilizou recurso multimídia? Se sim qual (Fotos, vídeos, imagens, links)?
- Fazer o download do recurso multimídia.
- Número de reações:
- Número de comentários:
- Número de respostas da Prefeitura:
- Copiar todos os comentários.

### **APÊNDICE D – Roteiro para entrevista semiestruturada**

- 1) Como funciona o setor de comunicação da Prefeitura (hierarquia, estrutura, quadro de pessoal, etc)?
- 2) Qual o papel da comunicação governamental por intermédio da internet na Prefeitura Municipal?
- 3) Em relação às mídias sociais, qual o papel destas ferramentas na comunicação governamental da Prefeitura Municipal?
- 4) Como funciona o processo de adoção de uma mídia social pela Prefeitura Municipal?
- 5) Existe algum planejamento da Prefeitura em relação à comunicação governamental e mais especificamente em relação às mídias sociais?
- 6) Existe alguma normativa (lei, decreto, portaria, etc.) em relação ao uso de mídias sociais pela Prefeitura?
- 7) Como o(a) sr(a) vê a relação entre comunicação governamental e governança pública?
- 8) As mídias sociais são utilizadas para fomentar a participação dos cidadãos nos serviços e/ou políticas públicas da Prefeitura Municipal?
- 9) Existe alguma métrica (medição, acompanhamento) de resultados que a Prefeitura faz em relação à comunicação governamental por mídia social?

## APÊNDICE E – Componentes das categorias de análise de conteúdo das publicações

<b>Categoria</b>	<b>Definição</b>	<b>Componentes</b>
1. Ação governamental	Divulgação de ações realizadas pela Prefeitura municipal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Defesa civil;</li> <li>- Meio ambiente;</li> <li>- Obras;</li> <li>- Educação;</li> <li>- Outras temáticas municipais.</li> </ul>
2. Eventos	Divulgação de eventos no município.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Shows;</li> <li>- Palestras;</li> <li>- Festas temáticas;</li> <li>- Feiras;</li> <li>- Eventos esportivos.</li> </ul>
3. Serviços	Informações sobre serviços prestados pela Prefeitura	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Horários de atendimento de unidades;</li> <li>- Convites para ações governamentais abertas à população;</li> <li>- Avisos sobre oferta de empregos, projetos sociais, processos seletivos e concursos públicos</li> </ul>
4. Campanhas educativas	Divulgação de campanhas educativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Censo;</li> <li>- Saúde (exceto COVID-19);</li> <li>- Trânsito.</li> </ul>
5. Promoção da cidade e dos cidadãos	Prêmios recebidos pela cidade e/ou cidadãos ou divulgação de locais do próprio município.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoção de locais do município;</li> <li>- Prêmios recebidos pelo município;</li> <li>- Prêmios recebidos por cidadãos;</li> <li>- Compartilhamento de publicações de terceiros sobre a cidade</li> </ul>
6. COVID-19	Conteúdos relacionados à pandemia da COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vacinação;</li> <li>- Boletim de casos;</li> <li>- Informes sobre a pandemia, restrições à população e outros temas relacionados.</li> </ul>
7. Relacionamento	Publicações que busquem construir relacionamento com o público.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convites à participação;</li> <li>- Assuntos do momento (<i>trends</i>).</li> </ul>