

Ciberdemocracia e redes sociais digitais: transparência e participação cidadã no Facebook e no Instagram da Prefeitura de Porto Velho

Cyberdemocracy and digital social networks: transparency and citizen participation on the Facebook and Instagram pages of the City Hall of Porto Velho

Ciberdemocracia y redes sociales digitales: transparencia y participación ciudadana en el Facebook e Instagram del Ayuntamiento de Porto Velho

Allysson Martins¹

Danilo Silva²

Resumo: As redes sociais digitais podem ser utilizadas como canais de comunicação entre cidadãos e instituições públicas governamentais. A Prefeitura Municipal de Porto Velho possui contas no Facebook e no Instagram se associando a aspectos da ciberdemocracia, como transparência e participação cidadã. Por meio da análise de conteúdo, este trabalho avaliou as postagens sobre a Rodoviária Municipal, onde foi possível identificar certa transparência na prestação de contas, especialmente em assuntos como “Obras na rodoviária” e “Licitação e empresa”. Já em relação à participação cidadã, ela se efetiva mais no Instagram, ainda que não garanta interferência na gestão pública ou na ação dos governantes. Ainda assim, observamos que o engajamento está mais relacionado à quantidade e novidade da publicação do que a outros aspectos.

Palavras-chave: Ciberdemocracia; Redes Sociais Digitais; Participação Cidadã; Transparência; Prefeitura Municipal de Porto Velho.

Abstract: Digital social networks can be used as communication channels between citizens and public government institutions. Porto Velho City Hall has accounts on Facebook and Instagram associating itself with aspects of cyberdemocracy, such as transparency and citizen participation. Through content analysis, this work evaluated posts about the Municipal Bus Station, where it was possible to identify a certain transparency in accountability, especially on subjects such as “Works at the bus station” and “Bidding and companies”. Regarding citizen participation, it is more effective on Instagram, even though it does not guarantee interference in public management or the actions of government officials. Still, we observed that engagement is more related to the quantity and novelty of the publication than to other aspects.

¹ Universidade Federal de Rondônia (UNIR), Porto Velho, Rondônia, Brasil, allyssonviana@unir.br.

² Universidade Federal de Rondônia (UNIR), Porto Velho, Rondônia, Brasil, danilo_pvhro@outlook.com.

Keywords: Cyberdemocracy; Digital Social Networks; Citizen Participation; Transparency; Porto Velho City Hall.

Resumen: Las redes sociales digitales pueden utilizarse como canales de comunicación entre los ciudadanos y las instituciones públicas gubernamentales. El Ayuntamiento de Porto Velho tiene cuentas en Facebook e Instagram asociándose a aspectos de la ciberdemocracia, como la transparencia y la participación ciudadana. A través del análisis de contenido, este trabajo evaluó publicaciones sobre la Terminal Municipal de Ómnibus, donde fue posible identificar cierta transparencia en la rendición de cuentas, especialmente en temas como “Trabajos en la Terminal de Ómnibus” y “Licitaciones y empresa”. En cuanto a la participación ciudadana, es más efectiva en Instagram, aunque no garantiza injerencia en la gestión pública ni en el accionar de los funcionarios de gobierno. Aún así, observamos que el engagement está más relacionado con la cantidad y novedad de la publicación que con otros aspectos.

Palabras clave: Ciberdemocracia; Redes Sociales Digitales; Participación Ciudadana; Transparencia; Ayuntamiento de Porto Velho.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, a Lei de Transparência (Lei nº 131/2009), a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011) e o código de defesa do usuário do serviço público (Lei nº 13.460/2017), em consonância com os artigos 5º e 37º da Constituição Federal de 1988, tratam do acesso à informação e da publicidade dos atos públicos. Segundo Salgado (2017), elas estabelecem as formas como cidadãos deverão realizar suas manifestações nas audiências públicas promovidas pelos órgãos públicos, bem como pelos sistemas de Ouvidorias e Sistema de Informação ao Cidadão (SIC).

Este recorte legislativo é necessário para entender que a população tem o direito de acesso à informação e pode participar na elaboração e atualização das políticas públicas. Para Brito Neto (1999), ela é uma necessidade para que atuem de fato como cidadãos. “Sem informação/conhecimento, o homem não consegue dar o passo de qualidade no ambiente social (...) sem a informação, o indivíduo não se torna cidadão, pois o exercício da cidadania só se dá quando o homem se dá conta do que é de o que poderá ser” (1999, p. 238).

A Prefeitura Municipal de Porto Velho, através de suas plataformas digitais, divulga suas campanhas publicitárias e informações de interesse público para os cidadãos, proporcionando transparência em suas ações. Entre elas, uma das que mais ganhou relevância nos últimos mandatos é a reforma da Rodoviária Municipal, uma vez que o

assunto tem sido cobrado pela população, gerando impasse entre prefeitura da capital e o governo do estado há mais de uma década (Após..., 2021).

Nos espaços digitais, principalmente desde os anos de 2010, destacam-se as *big techs*, grandes companhias e empreendimentos que compõem o mercado tecnológico no mundo (Kosteczka, 2021; Silva, 2022) e em constante ascensão (Morozov, 2018), mas que proporcionam mais dependência tecnológica, como se esta fosse uma solução indispensável para tudo, inclusive para a pobreza socioeconômica. Um exemplo nesta perspectiva é o que se popularizou como a “uberização” das profissões, o processo em que os contratos formais de trabalho diminuem sua presença, enquanto a prestação de serviço tem possibilidade de ser mais “informal” e isto atende a necessidade da população devido ao conceito de “economia circular”, mas que esconde a precarização da mão de obra.

Dentro do rol das cinco grandes *big techs*, tem-se o grupo Meta, onde estão o Facebook e o Instagram, que estão entre as redes sociais digitais mais utilizadas na internet (Bragado, 2024). Para Sá (2019), Pinto e Simões (2017), elas são um espaço democrático mais participativo e inclusivo, ao passo que Marinho e Souza (2018), Costa (2020) focam seus estudos nos discursos de ódio que circulam pelas ferramentas, concluindo que elas precisam de aperfeiçoamento em sua regulamentação e transparência. Na verdade, essa questão vem sendo debatida há anos principalmente pela ótica dos algoritmos (Parramore, 2010), as programações que nos guiam, majoritariamente, para conteúdos afins aos nossos pensamentos e vieses, como “filtros bolha”, intensificando-se nos últimos 15 anos.

Após a criação da *World Wide Web* nos Estados Unidos, a internet chegou ao mercado no dia 30 de abril de 1995 (Rothberg, 2014). Ainda assim, um ano antes já haviam iniciativas de ciberdemocracia, como o *Minnesota Politics and Public Policy E-Mail Forum* (MN-Politics), uma lista de discussão por e-mails, sem moderadores, criada para facilitar a troca de informações sobre os candidatos ao Congresso dos Estados Unidos do Estado de Minnesota (Blumler; Coleman, 2011 apud Rothberg, 2014). Em 2014, duas décadas depois, o MN-Politics explorava blogs e fóruns, e atualmente atua como uma comunidade no Facebook. Mesmo com seus problemas, essas grandes redes permitem a efetivação da ciberdemocracia, compreendida por Lévy (2002) como um novo espaço público que caminha no sentido de uma sociedade transparente onde a opinião pública influencie na inteligência coletiva. Para tanto, é importante que se fortaleçam as comunidades virtuais não apenas dentro, mas principalmente fora da

internet para que a governança eletrônica nestas ferramentas seja uma realidade presente na rotina das pessoas que se conectam a ela.

Nessa seara, este trabalho busca compreender de que forma a administração municipal de Porto Velho utiliza as redes sociais para aproximar-se do cidadão e promover informações públicas. Para isso, trazemos um primeiro recorte das publicações no Facebook e no Instagram, observando como podemos identificar aspectos da ciberdemocracia nas redes sociais digitais, a partir de noções como transparência e participação cidadã, no caso das postagens sobre a reforma da rodoviária da cidade, tendo em vista a relevância do tema.

2 CIBERDEMOCRACIA, DA TRANSPARÊNCIA À PARTICIPAÇÃO

É possível compreender o ciberespaço, a partir de Lévy (1999), como um lugar democrático onde as pessoas expressariam a inteligência coletiva, encorajando debates ou deliberando sobre temas importantes para as cidades ou países. A partir de uma perspectiva institucional de governança, pode-se pensar nele como um local onde os cidadãos podem participar e contribuir na avaliação das políticas públicas a partir da sua transparência.

Em Freitas (2017), a transparência e a participação social estão diretamente relacionadas à denominada “nova gestão pública” realizada na internet, pois permite a ação cidadã mais direta na gestão. Na “antiga gestão” ou “velha gestão” não havia a digitalização de serviços das unidades administrativas, sendo mais centralizadas, hierárquicas e rígidas burocraticamente. Nos Estados Unidos da América, estudiosos de organizações públicas propuseram um modelo no qual o governo fosse regido pelas leis do mercado (implementações de ideias e iniciativas do setor privado), ao menos em aspectos como descentralização e flexibilidade. Ainda assim, uma gestão mais dialogada e humanizada não necessariamente se baseia em lógicas do setor privado.

Desta forma, a população pode conhecer e compreender as informações divulgadas, inclusive nas redes sociais digitais. Essa nova administração pública tem o papel de fortalecer a participação da população de uma determinada região ou localidade na tomada de decisões importantes para a comunidade/sociedade. Ela possibilita aumentar a promoção do capital social, dos laços de confiança e de afetividade, a fim de propiciar a cooperação social e, conseqüentemente, o engajamento da sociedade pelo empoderamento e pela contribuição na agenda de políticas públicas. Para Freitas (2017),

cada vez mais as organizações necessitam da participação dos cidadãos nas decisões e, conseqüentemente, com a construção de políticas públicas eficientes, é possível melhorar a vida da comunidade. Nisso, as redes sociais digitais possibilitam maior interação social, pois o capital social contribui para aumentar o empoderamento dos cidadãos, possibilitando a promoção do desenvolvimento local.

Castro e Castro (2014) reforçam que são necessárias políticas inovadoras de gestão que fortaleçam as redes de parceria, a transparência e a busca por melhores resultados no contexto dos interesses dos cidadãos:

A gestão pública contemporânea está alicerçada principalmente no planejamento estratégico, na inovação, na mudança e na inteligência organizacionais, em busca de excelência na prestação de serviços à sociedade com foco no cidadão, com transparência e com responsabilidade (Castro; Castro, 2014, p. 106).

Ainda segundo as autoras, por causa da globalização da economia, do desenvolvimento de novas tecnologias e do aumento significativo da competitividade, as organizações privadas tiveram de reestruturar-se, e as organizações públicas também precisaram rever sua forma de administrar e gerir a coisa pública de acordo com a nova ordem mundial, através de atitudes empreendedoras e reinventando o governo. Elas chegaram a esta conclusão através de estudos sobre a *new public management*, ou “nova gestão pública”, que surgiu na década de 1970, na qual possuem como práticas as seguintes categorias, trazendo também uma perspectiva mais social:

Tabela 01 – Categorias com as práticas para uma nova gestão pública

CATEGORIA	CARACTERÍSTICAS
Contato com cidadãos	práticas como o <i>e-government</i> , transparência (fiscal, política, administrativa), acesso a serviços, participação da comunidade, orçamento participativo
Capital humano	práticas de desenvolvimento de lideranças, desenvolvimento de habilidades e competências, reconhecimento por desempenho, meritocracia
Governança e estruturação	práticas como <i>outsourcing</i> , privatização, descentralização, parcerias com setores público, privado e terceiro setor, agências reguladoras, incluindo contrato de gestão
Marco regulatório	práticas de regulamentação, normatização e legislação
Práticas de gestão	práticas de planejamento estratégico, gestão de portfólio, programas e projetos, uso de indicadores de desempenho, gestão do conhecimento e gestão financeira orçamentária

Fonte: Castro e Castro (2014).

É nesse contexto que surge a ciberdemocracia, nomeada por vezes como “democracia digital”, “teledemocracia” (Gomes, 2007; Landim, 2013; Cavalli, Parchen e Freitas, 2021) ou “e-democracia” (Freitas, 2017), um conceito que busca entender como o cidadão, conectado na internet através das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), enquanto ator participativo, tem sua opinião considerada pelos governantes. Para Lévy (2002), a ciberdemocracia é fruto das comunidades inteligentes formadas nas plataformas virtuais, as quais possuem representatividade política e inclusão participativa, devendo proporcionar a transparência e a participação popular, além de promover um ambiente saudável, neutro e seguro ao debate público.

O autor parte de um contexto do início do século, com o surgimento das primeiras conexões banda larga, mas com os fóruns da década passada e blogs daquele período já indicando para um cidadão mais ativo digitalmente. Com o advento das redes sociais digitais, nos últimos 20 anos, há um crescente número de pessoas que publicam, comentam, compartilham e reagem às opiniões e aos conteúdos disseminados, entre outras atitudes que agregam à chamada ciberdemocracia. Além da propagação dos discursos de ódio supracitados, no final da década passada, vimos florescer a desinformação por meio das *fake news* (Martins; Teixeira, 2025), muitas vezes influenciando a percepção do cidadão e até ameaçando a democracia. Isso promoveu até uma mudança no Ministério da Saúde, enquanto política estatal, pois, em 2020, desenvolveu um hotsite com as informações oficiais sobre a covid-19, obtendo o maior destaque na sua página principal (Teixeira; Martins, 2020).

Embora com uma perspectiva positiva, Lévy (2002, p. 30) já alertava sobre as questões de liberdade de expressão na internet e afirmava que: “a própria natureza da cidadania democrática passa por uma profunda evolução que uma vez mais a encaminha no sentido de um aprofundamento da liberdade: desenvolvimento do ciberativismo em escala mundial”. Por outro lado, temos o surgimento de páginas, sites e novos (ciber)espaços que propiciam o debate acerca do desenvolvimento político do país. Aqui no Brasil, destaca-se o e-democracia da Câmara dos Deputados, criado em 2009, que permite que os cidadãos participem das decisões políticas através de enquetes, comentando projetos de lei, entre outros. Algumas iniciativas universitárias também se destacam, como o e-democracia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) que

é utilizado como uma forma de sugerir eleições para coordenações e direções na instituição.

Landim (2013) diz que a ciberdemocracia é o emprego de dispositivos digitais (computadores, *smartphones*, aplicativos e ferramentas) para fomentar discussões acerca de práticas políticas e sociais do próprio Estado ou nação. Para isso, servem-se das redes para disponibilizar o acesso dos cidadãos à prestação de informações, autopromoção de governos e provimento de serviços. Essa perspectiva é compartilhada por Gomes (2011 apud Sampaio et al., 2019, p. 697), para quem a ciberdemocracia é:

qualquer forma de emprego de dispositivos (computadores, celulares, smart phones, palmtops, ipads...), aplicativos (programas) e ferramentas (fóruns, sites, redes sociais, medias sociais...) de tecnologias digitais de comunicação para suplementar, reforçar ou corrigir aspectos das práticas políticas e sociais do Estado e dos cidadãos em benefício do teor democrático da comunidade política.

Pies (2022) aborda a ciberdemocracia a partir das redes sociais digitais citando três pontos-chaves: transparência (ações de gestão pública através da disseminação de informações para a sociedade); prestação de contas (informações explícitas sobre receitas e despesas); e participação social (interação nas próprias redes).

Tabela 02 – Principais aspectos relacionados à ciberdemocracia

CONCEITOS	FORMA DE ANÁLISE
Transparência	As publicações ou mídias sociais que são classificadas como transparência remetem para aquelas relacionadas à prestação de contas, ações e atividades de gestão pública. Neste sentido, a transparência da gestão se classifica como a disseminação de informações referentes aos atos desempenhados para a sociedade em geral.
Prestação de Contas	A Lei de Transparência nº 131/2009 enfatiza que a prestação de contas deve ser realizada demonstrando informações relacionadas às receitas e despesas. No quesito despesas, devem ser apresentados os atos praticados pela gestão em sua execução, referente ao processo, ao bem fornecido e o serviço prestado. Em receitas, deverá ser disponibilizado o recebimento da receita.
Participação Social	Com o uso das redes sociais digitais, a participação social ocorre através do bate-papo, enquetes, compartilhamento das informações, fóruns e comentários.

Fonte: Pies (2022).

3 DEMOCRACIA E REDES SOCIAIS DIGITAIS

A democracia não deve ser reduzida ao mero ato de votar, pois associa-se ao aperfeiçoamento da liberdade, direito, transparência e participação (Marques, 2009). Para

Landim (2013), ao se pensar em transparência, o efeito não é necessariamente visto a partir de uma via de mão dupla, pois não há sempre uma participação efetiva nas decisões políticas em sua totalidade, exceto as oportunidades de plebiscitos e votações on-line. Rothberg (2014) diz que a internet pode ser um suporte para a apresentação de informações de maneira atraente, capaz de contribuir para o aprofundamento da vivência democrática.

“A participação desta sociedade civil na formação da democracia deliberativa garante sua efetivação” (Ribeiro; Temer; Tuzzo, 2013, p. 193), com a própria ONU a colocando como um direito humano e sem o qual os governantes democráticos não conseguem deliberar adequadamente para toda uma população. Há uma década, os autores pensavam nas redes sociais digitais como “espaços de livre ação comunicativa”, não prevendo alguns problemas que surgiriam, como “filtros bolha” pela estruturação algorítmica da tecnologia, da desinformação e da centralização e concentração de tanto poder em poucas empresas. Evidentemente, os autores falaram de outro contexto, no rescaldo da efervescência de diversas manifestações ao redor do mundo que começaram ou se organizaram pela internet no início daquela década, como o Occupy Wall Street (2011), a Primavera Árabe (2010-2012) e as Jornadas de Junho (2013).

Landim (2013) também apontava no mesmo período que a sociedade tem estado on-line, tendo suas relações mediadas por recursos midiáticos através de instrumentos que possibilitam a conexão entre pessoas que nem sempre ocupam o mesmo espaço geográfico, e muitas vezes de forma não simultânea, ampliando os aspectos da democracia em contextos digitais. Quase uma década depois, os anos de 2020 começaram com a pandemia da covid-19 e a exigência de nos mantermos afastados presencialmente. Embora muitas das alternativas e possibilidades de nos aproximar digitalmente pela internet já existissem, as imposições da doença nos obrigaram a aceitar novas formas de nos relacionarmos, popularizando palavras como à distância, mediadas e remotas (Martins; Teixeira, 2025).

A pesquisa do IBGE de 2023 aponta que 87,2% dos brasileiros, com idade igual ou superior a 10 anos, já utilizam a internet em casa, sendo 93,4% acessos diários e a preferência nos acessos são: 98,9% *smartphone*; 47,5% televisivo; 35,5% computador e 7,6% *tablet*. Também se destaca que 83,6% utilizam redes sociais. Estes dados são importantes para compreender os avanços da tecnologia que conecta os usuários/usuários, usuários/instituições, instituições/usuários, sobretudo a partir das redes sociais digitais e dos *smartphones*, cada vez mais presentes na sociedade.

Para compreender melhor a dinâmica da internet e seus usuários/cidadãos conectados pelas redes sociais digitais, é necessário entender os conceitos que a expressão abarca (Recuero, 2009; Fragozo; Recuero; Amaral, 2011). A palavra “rede” possui diversos significados. Na informática, representa um sistema constituído pela interligação de dois ou mais computadores e seus periféricos através de equipamentos de rede lógica (modem, *hub*, roteador, *switch* etc.), com o objetivo de comunicação, compartilhamento e intercâmbio de dados. Para este estudo, todavia, trataremos rede como um conjunto de pontos/nós que se interligam através de conexões.

Já as “redes sociais” compreendem a ideia de agrupamento e junções de pessoas e/ou organizações, conectadas por um ou mais tipos de relações, compartilhando valores e objetivos comuns. Por fim, temos as “redes sociais digitais”, que dão conta de sites ou aplicativos usados por pessoas e/ou organizações para se conectarem pela internet e por meio de tecnologias digitais a clientes, familiares, amigos e pessoas que compartilham seus interesses em comum.

Recuero (2009) entende que os sites de redes sociais na internet são compostas por atores, conexões e suas dinâmicas, sendo classificadas em emergentes (quando se necessita da interação entre agentes para manutenção da rede) e de filiação ou associativas (quando a conexão ocorre de maneira mais formal ou institucional, sem obrigatoriedade de troca entre os atores). Fragozo, Recuero e Amaral (2011) têm a Análise de Redes Sociais (ARS) como uma forma de estudar as relações digitais e como elas influenciam os sistemas sociais, em que são quantificadas as interações e avaliados seus impactos nos grupos. Para elas, as redes sociais digitais são construídas a partir de laços sociais (conexões estabelecidas entre os atores sociais) e capital social (valores criados por um grupo social).

Para Sampaio et al. (2019), a existência de democracia nesses meios é um caso ainda em fase de estudo porque é necessário de um tempo para se materializar efetivamente em ferramentas para promoção da democracia digital, como aplicativos, websites, fóruns e afins, além da participação direta em redes sociais digitais. Entre as 125 iniciativas investigadas, o executivo federal é o que lança mais proposições, ainda que apresentem uma tendência de serem abandonadas entre um e três anos. Apesar disso, a existência de democracia nesses meios é um caso ainda em fase de estudo,

Uma iniciativa de democracia digital pode tanto se materializar em ferramentas palpáveis, como aplicativos, websites, blogs, fóruns, wikis

e afins desenvolvidos especificamente para os objetivos do promotor da democracia digital quanto podem, de fato, ser projetos, iniciativas que buscam avançar os valores democráticos através de instrumentos digitais já existentes, como o uso de sites de redes sociais online para participação política, por exemplo (Sampaio et al., 2019, p. 698).

Para os autores, existem três grandes aspectos da literatura brasileira sobre a temática: e-participação (iniciativas de e-democracia, com ênfase em gestão pública e medição da participação); deliberação on-line (preocupa-se com as redes sociais de conversação e iniciativas de democracia digital, permitindo o diálogo entre os participantes como formas de consultas públicas on-line e viabilizando a avaliação dos comentários e conversações digitais principalmente quando subsidiam políticas públicas ou projetos de lei); transparência digital ou e-transparência (análise de informações em sites e páginas governamentais e/ou portais de transparência, incluindo a facilidade de busca e dados abertos, bem como apresentação de relatórios).

Uma das problemáticas das redes sociais digitais para promoção democrática está no fato de serem controladas por grandes empresas privadas de tecnologia. Isso quer dizer que os Estados que priorizam a ciberdemocracia por meio delas colocam seus sistemas políticos à mercê não apenas das suas lógicas econômicas, mas também ideológicas. Os governos que dependem das *big techs* para promoção democrática cedem um pouco da sua soberania e governança para grupos empresariais que possuem, muitas vezes, interesses divergentes dos Estados e total ausência de transparência de como funcionam, principalmente a partir dos seus algoritmos e automatizações. Ainda assim, as redes sociais digitais são espaços onde os cidadãos estão presentes de forma constante e habituada, portanto, não podem ser desprezadas nesses processos (ciber)democráticos, mas sempre problematizados, principalmente no que se refere à transparência e à participação social.

Neste estudo, destaca-se o uso de redes sociais digitais como plataformas diretas para transparência e participação cidadã em relação à administração pública, focando nas páginas do Facebook e Instagram da Prefeitura de Porto Velho, e aos cidadãos da capital de Rondônia e a quem mais se interessar em seguir e interagir com estas contas. Isso quer dizer que é enfatizada, além do próprio conteúdo divulgado pela gestão pública, a formação das redes, por meio das interações (curtidas, comentários e compartilhamentos) que ocorrem especificamente nas publicações sobre a Rodoviária Municipal, isto é, não em quem está vinculado apenas de maneira “formal” pelos laços do Facebook ou Instagram e não interage com as páginas.

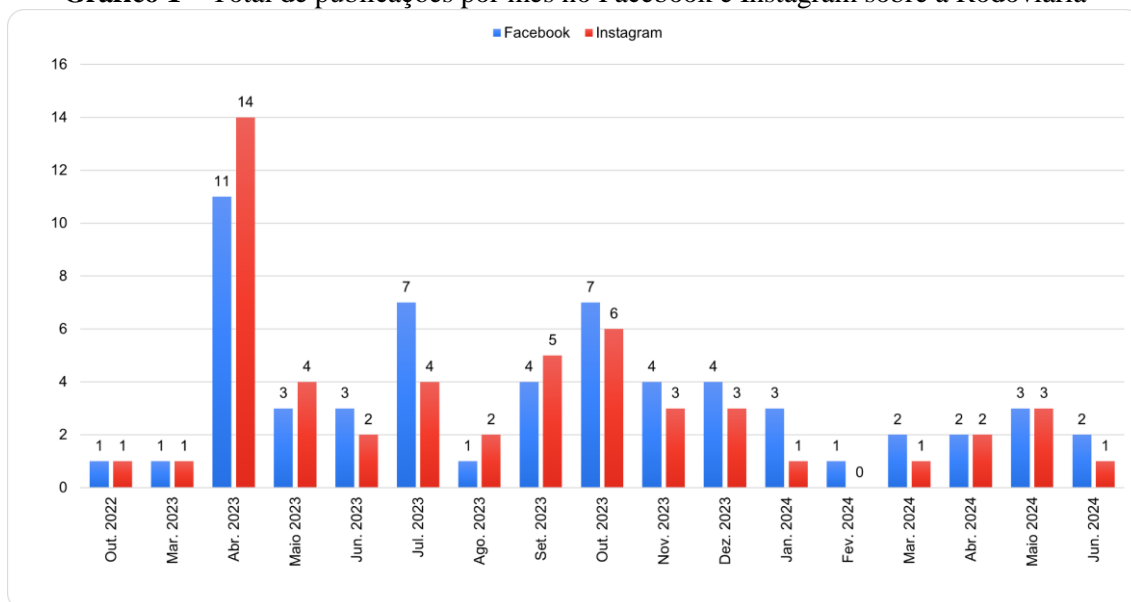
4 TRANSPARÊNCIA E PARTICIPAÇÃO NAS REDES DA PREFEITURA DE PORTO VELHO

A página no Facebook da Prefeitura Municipal de Porto Velho (<https://www.facebook.com/PrefeituraPVH>), criada em 8 de maio de 2012, tem cerca de 66 mil seguidores, o que representa um percentual de 14,3% da população porto-velhense em relação ao último censo do IBGE em 2022 (460.434 habitantes). No Instagram (https://www.instagram.com/prefeitura_pvh), criado três anos depois, em fevereiro de 2015, possui cerca de 85 mil seguidores, representando um percentual de 15,5% da população, 1,2% a mais que o Facebook.

À luz da análise de conteúdo preconizada por Bardin (1977), que divide a avaliação em três etapas (pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados), a aproximação com o *corpus* foi realizada em três momentos: o primeiro no dia 02 de maio de 2024, o segundo em 03 de junho de 2024, e o terceiro em 01 de julho de 2024. Neste momento, foram feitas buscas e identificações com as palavras-chave: “terminal rodoviário”; “rodoviária”; e “nova rodoviária”. A pré-análise gerou um total de 59 publicações no Facebook e 53 no Instagram, entre 25 de outubro de 2022, primeira postagem sobre o assunto, e 29 de junho de 2024. Assim, foi elaborada uma planilha com as colunas: data; assunto; formato midiático (áudio, foto, vídeo ou gráfico, sempre acompanhadas de texto); interações (curtidas, comentários, compartilhamentos); link da postagem e data da coleta de dados.

Dos 17 meses com postagem o de maior ocorrência foi abril de 2023 com 11 postagens no Facebook, de um total de 59, e 14 no Instagram, de um total de 53, – mês de início efetivo das obras; precedido de julho de 2023 e de outubro de 2023, com 7 publicações cada no Facebook, e, no Instagram, outubro de 2023 com 6 publicações. A única postagem em 2022, em 25 de outubro nas duas redes, tratava do chamamento público para credenciamento de empresas que estariam interessadas em realizar a obra. Como as obras começaram de fato apenas em abril de 2023, a outra publicação anterior a este mês aconteceu em 29 março de 2023, em ambas as contas, que tratavam da homologação das empresas regularmente credenciadas ao processo licitatório.

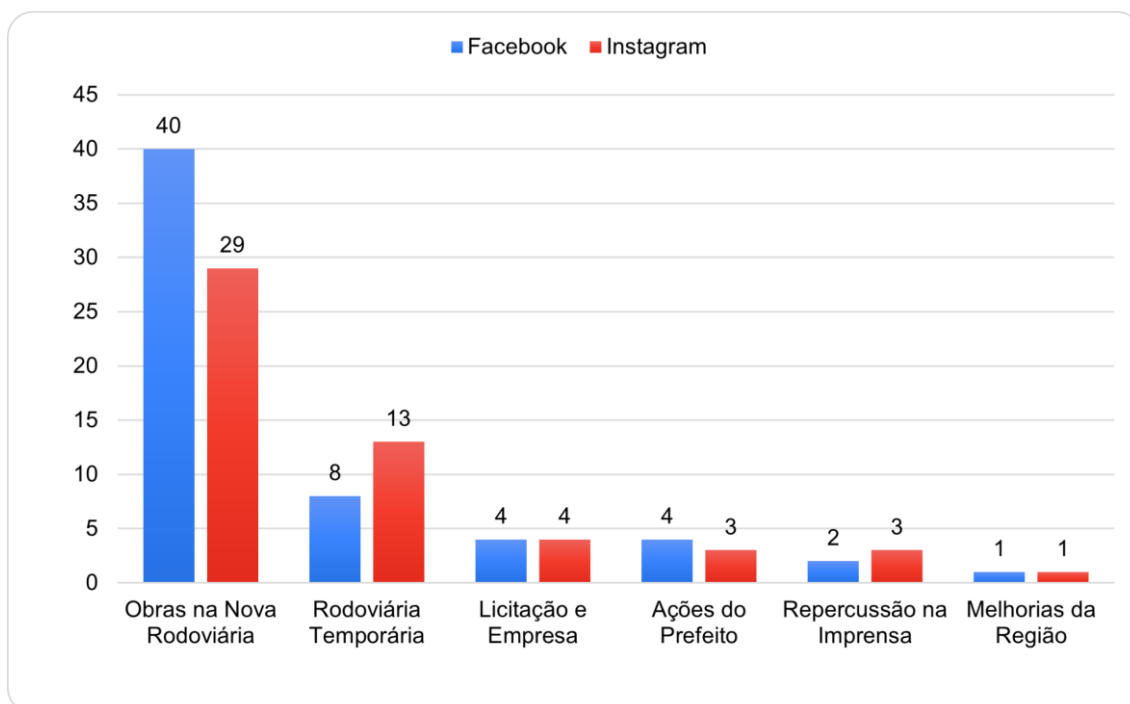
Gráfico 1 – Total de publicações por mês no Facebook e Instagram sobre a Rodoviária



Fonte: Elaboração própria.

Após descrição do que continha na postagem, partimos para um primeiro tratamento dos dados, encontrando 6 categorias, com cada publicação sendo destinada para apenas uma delas: Licitação e empresa (concorrência de empresas para desenvolvimento da obra); Rodoviária temporária (onde foi realocado o terminal rodoviário); Obras na rodoviária (reforma e melhorias); Ações da prefeitura/prefeito (fiscalização e visitas); Repercussão na imprensa (veiculação de notícias acerca da obra); e Melhoria da região (ações que não fazem parte da obra em si).

A pesquisa aponta que, das 6 categorias, a que apresentou mais publicações foi “Obras na rodoviária”, com 67,8% (40) no Facebook e 54,7% (29) no Instagram, seguida por “Rodoviária temporária” com 13,6% no Facebook (8), 24,5% no Instagram (13), “Ações da prefeitura/prefeito” (4) e “Licitação e empresa” (4) com 6,8% cada no Facebook, para o Instagram “Licitação e Empresa” detém 7,5% do total de postagens (4). “Ações do Prefeito” e “Repercussão na imprensa” com 5,7% (3), porém no Facebook essa categoria representa 3,4% (2) e, por fim, “Melhoria da região” com 1,8% (1) no Facebook e no Instagram com 1,9% (1).

Gráfico 2 – Total de publicações por categoria temática no Facebook e Instagram

Fonte: Elaboração própria.

O texto é o único formato presente em todas as publicações, sendo acompanhado sempre por imagens, sendo 55,9% (33) no Facebook e 66% (35) no Instagram, ou vídeos, com 44,1% (26) no Facebook e 34% (18) no Instagram, demonstrando a importância do assunto e da necessidade de um tratamento multimídia para maior visibilidade, pois 100% das publicações trouxeram mais de um formato midiático, sempre junto de texto. Ainda assim, não encontramos infográficos para melhor apresentar a receita e a despesa da obra, por exemplo, ou animações para demonstrar os próximos passos da construção.

O engajamento dos cidadãos foi avaliado por meio de três aspectos: curtidas, comentários e compartilhamentos. No total, foram 1.511 (25,6 de média) curtidas, 201 (3,4) comentários e 381 (6,4) compartilhamentos no Facebook, enquanto o Instagram trouxe 5.290 (99,8 de média) curtidas e 1.380 (26) comentários. Em relação ao assunto primordial, “Obras na rodoviária”, no Facebook, foram 810 (56,3% do total) curtidas, 58 (28,8%) comentários e 163 (42,7%) compartilhamentos nas 40 postagens; enquanto no Instagram, as 29 publicações trazem 2.984 (56,4% do total) curtidas e 625 (45,2%) comentários. Ainda que sejam números expressivos, no geral, o percentual do engajamento considerando este assunto é menor do que em comparação à representatividade dele para o total/frequência de publicações.

A interação com a página foi maior no mês de abril de 2023, pois houve mais curtidas (574 no Facebook e 1.391 no Instagram, equivalentes a 1/3 e 1/4 do total), comentários (110 no Facebook e 456 no Instagram, representando mais de 50% e 1/3 em cada) e compartilhamentos (152 no Facebook). No Facebook, outros meses com mais interações foram outubro de 2023 (159 curtidas, 10 comentários e 30 compartilhamentos) e dezembro de 2023 (131 curtidas, 14 comentários e 28 compartilhamentos). No Instagram, foram setembro de 2023 (497 curtidas e 61 comentários) e outubro de 2023 (666 curtidas e 235 comentários). A interação e o engajamento ocorreram mais, portanto, quando as obras e as publicações começaram, em abril de 2023, e quando foram mais recorrentes (outubro de 2023).

5 CONCLUSÃO

Os canais de relacionamento, como as redes sociais digitais, são formas de democratizar a participação cidadã na internet e promover discussões acerca das políticas públicas e/ou o controle social das contas e obras governamentais. O uso dessas ferramentas é importante ainda para que a população esteja atualizada em relação às ações governamentais, pela sua obrigatória transparência. Se, por um lado, é negativo o controle da comunicação e da cidadania, pela via da ciberdemocracia, estarem sob o domínio das grandes empresas de tecnologia de comunicação digital, como o grupo Meta do Facebook e do Instagram, por outro, trata-se de (ciber)espaços onde a população está inserida e habituada, e não sujeita à estrutura restritiva e menos participativa, por exemplo, de um site oficial.

A Prefeitura de Porto Velho, nos 17 meses de efetiva publicação sobre Rodoviária Municipal, isto é, de março de 2023 até junho de 2024, além da isolada em outubro de 2022, teve uma média de 3,5 no Facebook e de 3,1 no Instagram, números baixos se considerarmos a quase ilimitada quantidade de postagens possíveis de serem feitas nas redes sociais digitais. Aproximadamente, a transparência sobre um assunto de extrema importância para a população local acontecia a cada dez dias.

Ainda assim, é perceptível certa transparência na prestação de contas, especialmente aquelas que englobam as categorias “Obras na rodoviária” e “Licitação e empresa”, com a primeira responsável por boa parcela, mais da metade das publicações. As fotos e vídeos facilitam o acesso ao conteúdo de forma objetiva e chamativa, tendo em vista que sempre existe uma imagem ou vídeo da obra seguida de um texto.

Como as redes sociais digitais permitem a disseminação de uma multiplicidade de formatos, para além do espaço praticamente ilimitado e da possibilidade de interação, a multimídia adquire importância para os seus conteúdos, sobretudo para terem mais repercussão. Ainda que o texto com imagem ou vídeo esteja em 100% das publicações, percebemos que não existe uma heterogeneidade dos formatos; por exemplo, as contas não apresentam infográfico ou animação, que serviria para demonstrar melhor os aspectos econômicos da construção e de andamento da obra.

A participação cidadã nesses (ciber)espaços se expressa publicamente através de: curtidas – conformidade com o andamento da reforma e com a transparência nas divulgações; comentários – manifestação da opinião (positiva ou negativa) e retorno; compartilhamento – concordância ou não (quando acrescido de comentários) do conteúdo veiculado. Essas valências serão ainda avaliadas considerando aspectos da ARS como estrutura, composição e dinâmica (Fragoso, Recuero, Amaral, 2011).

Em relação ao engajamento, a média é muito superior no Instagram, com quase 100 curtidas e 26 comentários por publicação, enquanto o Facebook tem 25 curtidas por postagem, mas uma média de menos de 7 compartilhamentos e de 4 comentários. A primeira correlação feita, mas que não demonstrou relevância, foi em relação ao assunto principal abordado nas publicações (“Obras na Rodoviária”), que ficou menos representativo associado ao engajamento do que em relação ao total de postagens.

Ainda assim, foi possível perceber que a interação foi maior no mês de início da obra e de efetiva publicação, em abril de 2023, quando também houve mais produções em cada rede social. Enquanto o Facebook trouxe 1/3 de curtidas, 54% de comentários e 40% de compartilhamentos, o Instagram teve mais de 50% de curtidas e 1/3 de comentários em um único mês. Ainda assim, o segundo mês com mais publicações em cada rede, outubro de 2023, também possui números de destaque, ou seja, o engajamento tende a ser maior quando a conta posta mais.

REFERÊNCIAS

APÓS década de impasse sobre Rodoviária de Porto Velho, Prefeitura e Governo Fecham Acordo para Construir Novo Terminal. **Portal G1**, 17 jun. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/ro/rondonia/noticia/2021/07/16/apos-decada-de-impasse-sobre-rodoviaria-de-porto-velho-prefeitura-e-governo-fecham-acordo-para-construir-novo-terminal.ghtml>. Acesso em 07 de jun. de 2024.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70. 1977.

BOBBIO, Noberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. Trad. Carmen C, Varriale et al.; coord. trad. João Ferreira; rev. geral João Ferreira e Luís Guerreiro Pinto Cacaís. Dicionário de política. 1ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.

BRAGADO, Louise. Saiba qual é a rede social mais usada no Brasil. **Época Negócios**. 2024. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2024/02/saiba-qual-e-a-rede-social-mais-usada-no-brasil.ghtml>. Acesso em 06 jun. 2024.

BRITO NETO, Joãoimar. Informação e cidadania, a nova configuração da democracia. **Comunicação & Informação**, Goiânia, Goiás, v. 2, n. 2, p. 229–242, 2013.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 17ª edição, revista e ampliada. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2016.

CASTRO, Ana; CASTRO, Cláudia. **Gestão pública contemporânea**. Curitiba: InterSaberes, 2014.

CAVALLI, Tassia; PARCHEN, Charles; FREITAS, Cinthia. O mito da democracia digital no Brasil. **Revista Direito & Desenvolvimento**. 2021. Disponível em: <https://periodicos.unipe.br/index.php/direitoedesenvolvimento/article/view/1330/740>. Acesso em 30 mai 2024.

COSTA, Pedro. Uma cartografia do ódio no Facebook: gatilhos, insultos e imitações. **Comunicação Pública**, vol 15, nº 29, 2020. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/11367>. Acesso em 06 de jun. de 2024.

DEGENNE, Alain; FORSÉ, Michel. **Introducing Social Networks**. London: Sage, 1999.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Editora Sulina: Porto Alegre, 2011.

FREITAS, Jeferson. **Transparência, participação social e mídias sociais na gestão pública**: o uso da rede social Facebook na comunicação entre a Prefeitura Municipal de Curitiba e sua população. 2017. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Mestrado e Doutorado em Administração. Universidade Positivo, Curitiba, 2017. Disponível em: <https://repositorio.fass.edu.br/jspui/handle/123456789/1887>. Acesso em 08 mai. 2024.

GOMES, Wilson. Democracia digital: que democracia? **COMPOLÍTICA**. 2007. Disponível em: http://compolitica.org/novo/anais/2007_gt_ip-wilson.pdf. Acesso em 30 mai 2024.

GOMES, Wilson. **Participação política online**: questões e hipóteses de trabalho. In: Maia, Rousiley; Gomes, Wilson; Marques, Francisco (Orgs.). **Internet e Participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 19-45.

KOSTECZKA, Luiz. História digital na era das Big Tech. **Revista Aedos**, [S. l.], v. 12, n. 27, p. 641–669, 2021. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/aedos/article/view/104187>. Acesso em: 6 jun. 2024.

LANDIM, Ilana. Um estudo sobre a relação entre a democracia digital e a participação política a partir do debate sobre o Programa Mais Médicos no Facebook. **Revista Mídia e Cotidiano**. 2013. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/9702/6828>. Acesso em 30 mai 2024.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **Ciberdemocracia**. Lisboa: Editions Odile Jacob, 2002.

MARINHO, Maria; SOUZA, Stella. Discurso de ódio pelo Facebook: transparência e procedimentos de contenção. **Espaço Jurídico: Journal of law**, vol. 19, nº 2, 2018. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7277479>. Acesso em 06 de jun. de 2024.

MARQUES, Jamil. A ideia de democracia em perspectiva-Crise, avanços e desafios. *Revista On-line liberdade e cidadania*, v. 5, p. 1-14, mês JUL/SET, 2009.

MARTINS, Allysson; TEIXEIRA, Juliana. **Não era só uma gripezinha, mas desinformação**. Florianópolis: Insular, 2025 (no prelo).

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo, Ubu Editora, 2018.

PIES, Jéssica. **Prestação de contas, transparência e participação Social: análise das mídias sociais das Prefeituras Municipais de Santo Ângelo e Mato Queimado-RS**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração, Universidade Federal da Fronteira Sul, Cerro Largo, 2022). Disponível em: <https://rd.uffs.edu.br/bitstream/prefix/5915/1/PIES.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2024.

PINTO, Sara; SIMÕES, Rita. **O Debate Democrático no Espaço Público Digital: a participação política no espaço de comentários do Expresso no Facebook**. 2017. Dissertação (Mestrado em Jornalismo e Comunicação da Faculdade de Letras). Universidade de Coimbra. Disponível em: <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/85528>. Acesso em 06 de jun. de 2024.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Meridional, 2009.

RIBEIRO, Bruna; TEMER, Ana; TUZZO, Simone. Cidadania e democracia deliberativa na era digital – para além de Habermas. **Comunicação & Informação**, Goiânia, Goiás, v. 16, n. 1, p. 186–201, 2013.

ROTHBERG, Danilo. Democracia digital e redes sociais: Twitter como filtro de informação política. **E-Compós**, [S. l.], v. 17, n. 1, 2014. DOI: 10.30962/ec.1023.

Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1023>. Acesso em: 19 set. 2024.

SÁ, Marcela. As redes sociais como ferramentas de participação cidadã: os impactos do Facebook do Governo do Distrito Federal (Brasil) na gestão de benefícios sociais. Madrid, **GIGAPP Estudios Working Papers**, 2019. Link de acesso: <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/149>. Acesso em 08 mai. 2024.

SALGADO, Eneida. **Princípio da publicidade**. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2017. Disponível em: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/37/edicao-1/principio-da-publicidade>. Acesso em 06 jun. de 2023.

SAMPAIO, Rafael; BRAGA, Sergio; CARLOMAGNO, Marcio; MARIOTO, Djiovanni; BRUM, Murilo; BORGES, Tiago. Estado da arte da democracia digital no Brasil: oferta e sobrevivência das iniciativas (1999-2016). **Revista do Serviço Público**, [S. l.], v. 70, n. 4, p. 693-734, 2019. DOI: 10.21874/rsp.v70i4.3543. Disponível em: <https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP/article/view/3543>. Acesso em: 27 set. 2024.

SILVA, Adriana. Desafios na regulação de Big Techs e como a Teoria da Regulação Responsiva pode auxiliar na solução. **Journal of Law and Regulation**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 95–113, 2022. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rdsr/article/view/43219>. Acesso em: 6 jun. 2024.

TEIXEIRA, Juliana; MARTINS, Allysson. Fact-checking no combate às fake news sobre a COVID-19: um estudo exploratório das agências digitais de checagem de fatos contra a desinformação da pandemia. **Comunicação & Inovação**, v. 21, p. 63-81, 2020.