

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL REI
NÚCLEO DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
Curso de Especialização em Gestão Pública

Josenildo de Oliveira
Matrícula 2017200530295

**COMO UMA REDE SOCIAL PODE CONTRIBUIR PARA A
EFETIVIDADE DO SERVIÇO PÚBLICO: Estudo de caso realizado em
uma rede social da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais**

Timóteo
2018

Josenildo de Oliveira

**COMO UMA REDE SOCIAL PODE CONTRIBUIR PARA A
EFETIVIDADE DO SERVIÇO PÚBLICO: Estudo de caso realizado em
uma rede social da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de São João Del Rei
como parte dos requisitos para obtenção do
título de Especialista em Gestão Pública.

Orientador: Prof. Dr. Múcio Tosta Gonçalves

Timóteo
2018

Oliveira, Josenildo de
O48c Como uma rede social pode contribuir para a efetividade do serviço público: Estudo de caso realizado em uma rede social da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais / Josenildo de Oliveira. – 2018.
44 f.: il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (especialização) –
Universidade Federal de São João Del Rei, Núcleo de Educação a Distância, Especialização em Gestão Pública, Timóteo, 2018.

Orientação: Prof. Dr. Múcio Tosta Gonçalves.

1. Rede Social. 2. Efetividade do Serviço Público. 3. Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais. I. Título.

Josenildo de Oliveira

**COMO UMA REDE SOCIAL PODE CONTRIBUIR PARA A
EFETIVIDADE DO SERVIÇO PÚBLICO: Estudo de caso realizado em
uma rede social da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de São João Del Rei
como parte dos requisitos para obtenção do
título de Especialista em Gestão Pública.

Aprovado: 16 de setembro de 2018.

Prof. Dr. Múcio Tosta Gonçalves (UFSF)
(Orientador)

Prof. Dr. Cristiano Grijó Pitangui
(UFSJ)

RESUMO

A pesquisa buscou verificar as contribuições de uma rede social para a efetividade dos serviços públicos, com a realização de um estudo de caso na página da rede social *Facebook* da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais. Após serem estudados os principais conceitos relacionados ao tema em questão, adaptou-se a metodologia utilizada por Vilella (2003), onde foram elaboradas métricas para avaliar a página nas dimensões de Conteúdo, Usabilidade e Funcionalidade que subsidiaram a coleta de dados. A análise dos dados ocorreu nas postagens realizadas no período de novembro de 2017 a junho de 2018 e foram apresentadas por categorias conforme as métricas escolhidas para cada dimensão. Os resultados indicam a possibilidade de páginas de redes sociais apresentarem elementos que contribuam para a efetividade do serviço público.

Palavras-chave: Rede Social, Efetividade do Serviço Público, Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais.

ABSTRACT

The research sought to verify the contributions of a social network for the effectiveness of public services, with the accomplishment of a case study in the page of the social network Facebook of the Secretary of State of Education of Minas Gerais. After studying the main concepts related to the topic in question, the methodology used by Vilella (2003) was adapted, where metrics were developed to evaluate the page in the Content, Usability and Functionality dimensions that supported the data collection. Data analysis took place in the period from November 2017 to June 2018 and were presented by categories according to the metrics chosen for each dimension. The results indicate the possibility of social network pages presenting elements that contribute to the effectiveness of the public service.

Keywords: Social Network, Effectiveness of Public Service, State Secretariat of Education of Minas Gerais.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Fluxograma de Avaliação	14
Figura 2 - Exemplo de postagem com divergência de conteúdo entre imagem e enunciado...	28
Figura 3 - Exemplo de postagem com divergência de conteúdo entre imagem e enunciado...	29
Figura 4 - Postagem com maior engajamento	32
Figura 5 - Selo “Responde muito rapidamente”	33
Figura 6 - Exemplo de postagem da categoria “Dicas de Estudo”	35

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Quantidade de <i>posts</i> por categoria	26
Gráfico 2: Apresentação das postagens	30
Gráfico 3: Média de interações nos <i>posts</i> por tipo de apresentação	31
Gráfico 4: Média de interações nos <i>posts</i> por categoria.....	33
Gráfico 5: Porcentagem de <i>posts</i> com a disponibilização do recurso de <i>link</i> por categoria.....	34
Gráfico 6: Porcentagem de <i>posts</i> com a disponibilização do recurso de link por tipo de apresentação.....	36
Gráfico 7: Quantidade de postagens realizadas por mês e a média diária.....	38
Gráfico 8: Média de engajamento por mês.....	39

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
1.1 Justificativa.....	9
1.2 Problema.....	10
1.3 Objetivos.....	10
1.3.1 <i>Geral</i>	10
1.3.2 <i>Específicos</i>	10
2 USO DE REDES SOCIAIS NO PROCESSO DE GESTÃO PÚBLICA	11
2.1 Efetividade da Gestão Pública.....	12
2.2 Uso das redes sociais por Órgãos Públicos	15
2.3 Avaliação de redes sociais.....	16
3 METODOLOGIA.....	19
3.1 Perfil da Rede Social Analisado	19
3.2 Métricas de Avaliação	20
3.2.1 <i>Conteúdo</i>	21
3.2.2 <i>Usabilidade</i>	21
3.2.3 <i>Funcionalidade</i>	22
3.3 Coleta dos Dados.....	23
4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA	26
4.1 Dimensão Conteúdo	27
4.2 Dimensão Usabilidade.....	34
4.3 Dimensão Funcionalidade	37
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS	42

1 INTRODUÇÃO

A administração pública tem passado por grandes mudanças em sua forma de gerenciamento. Com o avanço dos recursos tecnológicos e por consequência a utilização dos mesmos, processos que antes eram muito burocráticos e que demandavam muito tempo, já não são tão complexos como no passado, isso devido a grande utilização dos recursos tecnológicos em favor da gestão pública. Além de propiciar a melhora do processo burocrático nas organizações, os novos recursos tem favorecido o surgimento de novas mídias de comunicação que podem facilitar a comunicação governo-cidadão, principalmente no quesito divulgação e promoção¹.

O valor de uma informação está em como e para quê ela será utilizada. Atualmente estamos presenciando essa notória mudança de paradigma, onde é possível perceber o valor que as empresas e organizações têm dado as informações e em como utilizá-las, principalmente nas novas mídias de comunicação. Entre os vários canais de informações existentes, a internet tem dado grandes passos em relação às outras, tanto para as organizações, privadas e públicas, quanto para os cidadãos.

Com a expansão da internet temos presenciado, também, o crescimento das redes sociais. É muito notório que as empresas têm investido cada vez mais nessa mídia. Aos poucos, a iniciativa pública também tem demonstrado interesse nesse novo meio de comunicação e de influência sobre as pessoas.

Para efetivar esse processo de mudança nos hábitos de comunicação e interação das organizações públicas com o cidadão é fundamental que ocorra uma mudança cultural. Nesse sentido, *“a configuração cultural de uma organização, que emerge essencialmente dos interesses e valores das pessoas, constitui elemento dinâmico da organização, que requer adaptações aos novos cenários”* (BERGUE, 2012, p. 23). Isso significa que, para ocorrer a mudança desejada na forma de interação governo-cidadão é de suma importância que os gestores das organizações públicas tenham interesse em promover essa mudança, assim como já ocorre na iniciativa privada.

Esta pesquisa visa analisar a página de um Órgão Público, a Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, em uma rede social, e avaliar como o conteúdo disposto nessa mídia de comunicação pode assegurar maior promoção da instituição junto aos seus clientes,

¹ Promoção no sentido de se auto promover, de criar meios para divulgar a imagem da instituição pública e dos serviços prestados por ela.

que somos todos nós, cidadãos. Essa análise ocorrerá conforme as métricas levantadas para a pesquisa, podendo com isso, apontar resultados que vão ao encontro dos objetivos desse trabalho.

Após apresentar a justificativa para essa pesquisa e seus objetivos, nesta unidade, foram retratadas na segunda unidade algumas definições que norteiam o tema em análise, como o uso de redes sociais e a efetividade da Gestão Pública, a utilização das redes sociais por órgãos públicos e avaliação das mesmas. Na terceira unidade foi apresentado o perfil da rede social e as métricas utilizadas para a avaliação da página analisada. Na quarta unidade foram exibidos os dados da pesquisa conforme métricas relacionadas na unidade anterior. Os resultados obtidos foram associados aos objetivos da pesquisa na quinta unidade.

1.1 Justificativa

Com o aumento dos cidadãos que possuem mais facilidade de acesso à internet, navegar em redes sociais tem se tornando uma atividade quase que involuntária por algumas pessoas. Temos presenciado, cada vez mais, o aumento do número de pessoas com acesso à internet na palma de suas mãos, o que faz com que essas mesmas pessoas permaneçam grande parte de seu tempo navegando em redes sociais, fato que pode ser apontado por pesquisas.

Grandes empresas já perceberam o poder que tem essa mídia sobre as pessoas e fazem investimentos contínuos e cada vez maiores com o objetivo de promoverem suas marcas, e por consequência, aumentarem seus lucros. Esse processo já se tornou fundamental para o crescimento e o sucesso dessas instituições. Na iniciativa pública o objetivo de uma página em uma rede social deve ser voltado para promover as ações do Órgão Público, garantindo com isso o conhecimento e poder de participação por seus clientes, os cidadãos.

Sendo mais comum o uso por organizações privadas, o uso das redes sociais por instituições públicas tem se adequando as novas realidades de comunicação e aderindo a ferramenta, talvez não com tanta assertividade como é feito em empresas que visam lucro.

Identificar como a página de uma rede social, de uma instituição pública, trabalha com seus dados nessa nova mídia de comunicação, poderá propiciar meios para garantir a efetividade da prestação de seus serviços, assim como já ocorre em grande parte das organizações privadas, em que utilizam as facilidades da internet para expor suas

informações, sejam elas de interesse dos seus funcionários ou de seus clientes, o que lhes proporciona com maior ênfase a disseminação de informações que favoreçam as mesmas.

Conhecer o perfil dos prováveis clientes de uma marca pode facilitar o direcionamento que é dado por essas empresas nas redes sociais. Instituições públicas, de modo geral, possuem uma gama muito grande de clientes, que somos todos nós, cidadãos, com diferentes características e necessidades. Com isso, é fundamental identificar os fatores que levam uma rede social a contribuir para a efetividade dos serviços que são prestados por Órgãos Públicos.

1.2 Problema

Páginas de uma rede social, de um Órgão Público, apresentam elementos que podem contribuir para a efetividade do serviço público?

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Verificar as contribuições de uma rede social para a efetividade dos serviços prestados pela Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais.

1.3.2 Específicos

- ✓ Investigar a importância da efetividade para a prestação de serviços públicos;
- ✓ Levantar os indicadores existentes para avaliação e uso de redes sociais;
- ✓ Definir critérios e parâmetros para avaliação de uma rede social;
- ✓ Avaliar a página de uma rede social da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, conforme critérios e parâmetros a serem definidos;
- ✓ Analisar como uma rede social pode contribuir para a comunicação governo-cidadão.

2 USO DE REDES SOCIAIS NO PROCESSO DE GESTÃO PÚBLICA

O assunto tratado nesta pesquisa, uso das redes sociais na Gestão Pública, é novo. Percebe-se que redes sociais são instrumentos que tem ganhado mais visibilidade em Órgãos Públicos devido à ascensão das mesmas. Pode-se dizer que foi o aumento da população com acesso à internet o que favoreceu essa visibilidade. Já são muitos os aplicativos e *sites* criados pelos governos que visam propiciar maior interação e melhor comunicação entre as atividades do governo e os cidadãos. As redes sociais são mais um canal de comunicação que tem ganhado destaque no meio digital para possibilitar esse contato das ações de um governo com seus cidadãos.

Nassi-Calò (2015) define *sites* de rede social como

Serviços baseados na Web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado; (2) articular uma lista de usuários com quem se compartilha uma conexão, e (3) visualizar e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema (NASSI-CALÒ, 2015).

Ou seja, redes sociais são estruturas disponíveis por meio da internet que possibilitam um grupo de pessoas com afinidades comuns, ou interesse sobre determinado assunto, a se interagirem diretamente (por meio de troca de mensagens) ou não (apenas consulta), entre os participantes desse grupo.

Mesmo não sendo tão habitual e muito diferente da ideia do conceito que atualmente conhecemos, alguns autores consideram uma rede social como sendo uma rede física, relacionado às ciências sociais. Marteleto (2001) além de fazer esse paralelo, também reforça a definição de Nassi-Calò (2015) ao apresentar sua definição:

(...) sistema de nodos e elos; uma estrutura sem fronteiras; uma comunidade não geográfica; um sistema de apoio ou um sistema físico que se pareça com uma árvore ou uma rede. A rede Social, derivando deste conceito, passa a representar um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados (MARTELETO, 2001, p. 72).

Para Souza e Quandt (2008, p.32) “*Redes sociais são estruturas dinâmicas e complexas formadas por pessoas com valores e/ou objetivos em comum, interligadas de forma horizontal e predominantemente descentralizada*”. Nessa definição, os autores enfatizam a dinamicidade das redes sociais, bem como sua ligação com seus membros de forma descentralizada.

Certamente essas redes em meio digital, se utilizadas de maneira adequada, tem a capacidade de influenciar o comportamento dos indivíduos e de grupos de pessoas, podendo com isso, favorecer a efetividade do serviço público.

Muito se tem discutido sobre os impactos da avaliação e monitoramento de redes sociais em grandes empresas do setor privado. No setor público, ao contrário, tal questão não tem sido um objeto de discussão no âmbito dos processos da gestão pública.

Para uma fundamentação teórica do assunto, serão apresentados alguns conceitos que norteiam o tema em análise como eficiência, eficácia e efetividade da gestão pública e avaliação e monitoramento de redes sociais.

2.1 Efetividade da Gestão Pública

Rua (2012) sugere em seu trabalho que, para que as políticas e a gestão pública tenham sucesso em suas implementações, é relevante que desde o planejamento até a execução das mesmas, cada uma dessas etapas tenha sido concebida considerando os princípios da eficácia, eficiência e efetividade.

Com isso é possível apontar que no modelo gerencial de administração pública esses princípios devam ser evidenciados todas as vezes que se procura introduzir novos mecanismos de gestão, como por exemplo, o uso das redes sociais por Órgãos Públicos. Garantir que o uso dessa ferramenta, que em sua concepção inicial não se relaciona diretamente aos serviços públicos, possa ser utilizada, também, para promover a efetividade de algum processo de gestão pública, é fundamental para uma gestão governamental de qualidade.

Para citarmos a efetividade nos processos de gestão pública é de extrema importância evidenciar os conceitos de eficácia e eficiência, possibilitando assim melhor compreensão do tema em questão.

Uma gestão governamental de qualidade deve ser embasada nos princípios supracitados. Castro (2006) argumenta que eficácia é o alcance das metas estabelecidas previamente e que a eficiência não está preocupada com os fins (objetivo), mas sim com os meios em alcançá-lo.

Eficácia é uma medida normativa do alcance dos resultados, enquanto eficiência é uma medida normativa da utilização dos recursos nesse

processo. (...) A eficiência é uma relação entre custos e benefícios. Assim, a eficiência está voltada para a melhor maneira pela qual as coisas devem ser feitas ou executadas (métodos), a fim de que os recursos sejam aplicados da forma mais racional possível (CHIAVENATO *apud* CASTRO, 2006, p. 3).

Por meio do conceito de Chiavenato, citado por Castro (2006), podemos induzir que para alcançar a eficácia de uma empresa ou Órgão Público é necessário que o caminho a ser percorrido seja aplicado de maneira racional (busca da eficiência), podendo com isso, promover a efetividade da instituição. Essa racionalidade esperada pela eficiência de um processo de Gestão Pública, certamente, pode ser evidenciado pelo uso das novas mídias sociais.

Souza (2008), citado por Sano e Montenegro Filho (2013), corrobora as definições de Castro (2006), enfatizando que a eficiência está relacionada ao ato de fazer mais com menos recursos, processo útil e necessário na atual situação econômica do país, principalmente tratando-se de gestão governamental. Nesse contexto, Souza e Silva (2015) destacam o uso consciente dos recursos públicos para a definição de eficiência.

Eficiência é uma simples forma de não se desperdiçar o bem público, fazendo uso com a qualidade ajustada com o serviço a ser realizado, visando pela qualidade, pois o dinheiro público vem da arrecadação do dinheiro de cada cidadão, se fazendo necessário evitar o desperdício desses recursos (SOUZA; SILVA; 2015).

Os conceitos de eficácia e eficiência são aplicados de formas distintas entre os setores privado e o público, conforme afirma Alcântara (2009) e, por consequência, a efetividade dessas ações também o é. O autor nos alerta que na área privada esses conceitos estão ligados diretamente a recursos financeiros alcançados pelas empresas e no setor público esses fatores são medidos e objetivados pela satisfação da população que está sendo diretamente, ou não, beneficiada com as ações de um Órgão Público, o que pode evidenciar a dificuldade do alcance da efetividade no setor público, deixando com isso, de cumprir um dos princípios da administração pública, contidos na Constituição Federal.

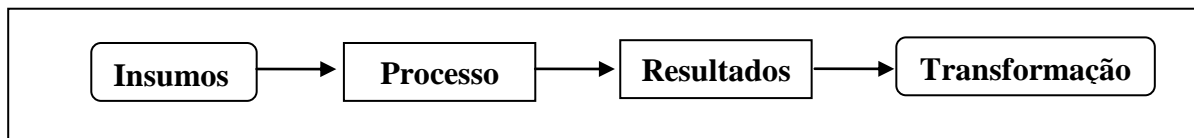
Ao utilizar os conceitos de eficácia e eficiência em uma gestão governamental, além de prezar pelo uso consciente de recursos públicos, é provável que se consiga mensurar a efetividade das políticas públicas implementadas. Para Sano e Montenegro Filho (2013, p. 40), “[...] a efetividade está relacionada ao impacto social que procura identificar os efeitos produzidos sobre uma população-alvo de um programa social”. Ou seja, ao compreender as mudanças positivas que são alcançadas por uma política de governo, conforme seus objetivos, em determinados grupos da sociedade, é fundamental para informar que determinada política ou ação governamental foi ou é efetiva.

Para Castro (2006), na área pública a efetividade está relacionada a como os resultados de uma ação governamental produzirão benefícios para uma população, tendo em vista que o objetivo da ação foi alcançado (eficácia) por meio dos processos adotados (eficiência). Para Torres, citado por Castro (2006):

Efetividade: é o mais complexo dos três conceitos, em que a preocupação central é averiguar a real necessidade e oportunidade de determinadas ações estatais, deixando claro que setores são beneficiados e em detrimento de que outros atores sociais. Essa averiguação da necessidade e oportunidade deve ser a mais democrática, transparente e responsável possível, buscando sintonizar e sensibilizar a população para a implementação das políticas públicas. Este conceito não se relaciona estritamente com a ideia de eficiência, que tem uma conotação econômica muito forte, haja vista que nada mais impróprio para a administração pública do que fazer com eficiência o que simplesmente não precisa ser feito (TORRES *apud* CASTRO, 2006, p. 5).

Com o objetivo de exemplificar esse processo de avaliação das ações públicas, Sano e Montenegro Filho (2013), apresentaram em sua obra um fluxograma que auxilia a efetuar um monitoramento das ações ou políticas públicas, utilizando os conceitos de eficiência, eficácia e efetividade. O referido fluxograma é apresentado na Figura 1, em seguida:

Figura 1 - Fluxograma de Avaliação



Fonte: Adaptado de Sano e Montenegro Filho (2013).

No fluxograma, os Insumos representam os recursos que estão disponíveis para atingir os objetivos da ação governamental; os Processos a serem executados estão relacionados diretamente com a eficiência da ação (como ela deverá ser feita); os Resultados dizem respeito à eficácia da ação (alcance dos objetivos); e a Transformação refere-se à efetividade que foi ou será alcançada.

Seguir um modelo de avaliação, como sugerido por Sano e Montenegro Filho (2013), para as ações de uma gestão pública pode propiciar que os gastos públicos sejam, de fato, utilizados de maneira consciente, garantindo maior assertividade das ações propostas junto aos cidadãos que irão usufruir as mesmas. Com isso, no contexto da Administração Pública, é possível afirmar que uma política pública ou uma ação governamental² terá êxito se em todos

² Ação Governamental é o conjunto de operações cujos produtos contribuem para os objetivos do programa governamental (GOVERNO FEDERAL, 2018).

os processos forem considerados os conceitos (eficiência e eficácia) e as práticas de ações que visem à efetividade.

Aplicar a compreensão desses conceitos na elaboração e manutenção de uma rede social de um Órgão Público poderá propiciar a efetividade da gestão pública, haja vista que é ela quem promove os resultados pretendidos com ação executada. Ou seja, além de pensar no que se pretende alcançar com o que será trabalhado na rede social e em como atingir esse objetivo, também deverão ser apresentados os objetivos auferidos pelas ações executadas e as melhorias alcançadas com determinadas ações do Órgão Público.

2.2 Uso das redes sociais por Órgãos Públicos

É possível perceber que o uso de redes sociais tem ganhado, cada vez mais, força para competir com os demais meios de comunicação, promovendo as instituições que as utilizam para essa finalidade, visto que, ao efetuar uma consulta rápida nas redes sociais é possível localizar muitas instituições de caráter governamental fazendo uso dessa ferramenta. Na iniciativa privada é notório o uso e benefícios trazidos por mais esse meio de interação com os seus clientes. Grandes empresas já descobriram o poder do uso de uma rede social e fazem constantes investimentos a fim de se promoverem. Em 2017, o *web site* Adnews apresentou uma pesquisa realizada pela empresa de consultoria transdisciplinar de comunicação Youpper - Consumer and Media Insights, onde aponta dez marcas (Itaú, Nestlé, Samsung, Netshoes, Magazine Luiza, Dafiti, Netflix, Coca-cola, Adidas e Natura) que melhor utilizam as redes sociais “[...] *para uma comunicação capaz de criar verdadeiros laços fortes com seus consumidores*”.

De modo geral, redes sociais do setor público parecem dar pequenos passos em direção à criação de laços com os cidadãos que buscam essa interação em suas páginas. Ao observar páginas em redes sociais de algumas instituições é possível identificar o quão inicial é esse processo no setor público se comparado com as páginas de grandes corporações da iniciativa privada. Além das próprias páginas/perfil na plataforma, é possível identificar que esse novo meio de interação pode influenciar positivamente ou negativamente uma instituição ou pessoa.

Apesar de não ser o foco deste trabalho o de estudar o impacto das redes sociais num contexto social e organizacional amplo, podemos citar como exemplo do poder das redes sociais que se relacionam com órgãos públicos ou que fazem referência aos mesmos e a sua “interferência” na manipulação de opinião pública, as recentes publicações sobre o uso indevido dos dados de milhões de usuários de uma rede social que, supostamente, influenciaram na eleição presidencial americana de 2016.

No Brasil, por enquanto não existe uma lei própria para o uso das redes sociais por Órgãos Públicos. Existe apenas uma Portaria do Conselho de Defesa Nacional, nº 38, de 11 junho de 2012, que tem como objetivo estabelecer as Diretrizes para o uso seguro das redes sociais na Administração Pública Federal.

Essa portaria não determina as regras de apresentação de conteúdos nas redes sociais, mas estabelece as diretrizes para que as unidades da administração pública possam utilizá-la prevendo o uso seguro, principalmente, no que concerne ao conceito de segurança da informação. As regras para uso desse meio de comunicação governo-cidadão são estabelecidas pelos próprios órgãos. Contudo, a efetividade da rede social dependerá do conhecimento e da capacidade da Instituição em se promover em uma plataforma digital.

Criar mecanismos que propiciem uma relação virtual entre o governo e os cidadãos, como por exemplo, páginas de redes sociais, podem pressupor maior transparência e efetividade da instituição pública.

2.3 Avaliação de redes sociais

Por se tratar de um assunto em ascensão, principalmente redes sociais de órgãos públicos, as referências bibliográficas são limitadas. No entanto, é possível afirmar que criar critérios para avaliar a estrutura como a de uma rede social³ é uma atividade muito complexa, uma vez que, por se tratar de uma ferramenta que exige interação, mesmo que indiretamente, entre os envolvidos (administradores da página e membros da rede) é fundamental que todos os participantes tenham interesse pelo que é publicado e pelas interações que ocorrem.

³ No contexto deste trabalho rede social será compreendida como uma página, um perfil de uma instituição pública, objeto desse estudo, e não como a estrutura de funcionamento que abriga as páginas e perfis de usuários em uma plataforma de interação digital.

Os administradores da rede social necessitam atender, mesmo que não em sua totalidade, os anseios dos demais membros, objetivando com isso manter a rede em constante crescimento. A falta de interesse na rede social pode significar a perda de membros e isso faz com que, supostamente, o objetivo da instituição não seja alcançado. Com isso, supõem que a dificuldade de avaliar uma rede social pode ocorrer justamente pelo fato dela não possuir administradores que considerem apenas os interesses da instituição, como por exemplo, acontece em intranets institucionais.

Souza e Quandt (2008) argumentam que a partir da análise da rede social é possível identificar como os traços de manutenção e/ou modificações das interações se alteram com o passar do tempo. Os autores mencionam que para efetuar uma avaliação e análise de uma rede é fundamental considerar os elementos primários (existência de elos entre os nós da rede, por exemplo, os servidores da instituição que fazem parte dela) e os secundários (atributos dos membros da rede social, como a raça, sexo, localização geográfica etc.). Na perspectiva dos autores, são esses os dois elementos que interferem diretamente na análise de uma rede social.

Para avaliar uma rede social é importante identificar a abordagem que é dada pelos seus elementos e administradores da página. Freemann, citado por Marteleto (2010, p. 29) “[...] considera que a abordagem das redes sociais é fundamentada na noção intuitiva de que a padronização dos laços e dos elos sociais nos quais os atores se encontram imersos tem importantes consequências para esses atores”. Isto significa que, para um melhor aproveitamento e alcance dos objetivos que são propostos ao criar uma rede social é importante que se padronize o processo das interações, podendo possibilitar a permanência dos laços e dos elos formados na rede social. Uma rede social que não existe interação pode não cumprir o seu papel dentro da organização.

Para alguns autores, é por meio dessa interação que se pode estabelecer um modelo de análise das redes sociais. Assim, por exemplo, para Marteleto (2001):

A análise de redes estabelece um novo paradigma na pesquisa sobre a estrutura social. Para estudar como os comportamentos ou as opiniões dos indivíduos dependem das estruturas nas quais eles se inserem, a unidade de análise não são os atributos individuais (classe, sexo, idade, gênero), mas o conjunto de relações que os indivíduos estabelecem através das suas interações uns com os outros. A estrutura é apreendida concretamente como uma rede de relações e de limitações que pesa sobre as escolhas, as orientações, os comportamentos, as opiniões dos indivíduos (MARTELETO, 2001, p. 72).

Pode-se afirmar que para avaliar uma rede social, principalmente de um órgão governamental e que não possui um público alvo bem definido (por exemplo, do sexo masculino ou feminino, somente funcionários públicos ou somente estudantes), sendo

possível para todos os cidadãos interessados pertencer a essa rede, é fundamental que não seja considerado analisar as especificidades individuais de cada membro da rede. Como abordado por Marteleto (2001), a análise não é baseada na classe social, gênero ou idade dos indivíduos participantes da rede, mas deve ser avaliado o que é publicado, como ocorre a apresentação dessas publicações, a interação dos membros da rede, a frequência das postagens etc.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa se caracteriza por ser um estudo exploratório. Babbie, citado por Vilella (2003, p. 77), ressalta que um estudo exploratório é realizado, na maioria das vezes, com o propósito de satisfazer a curiosidade do pesquisador e seu desejo de entender melhor o assunto a ser pesquisado, para testar a viabilidade de realização de um estudo mais cuidadoso e para desenvolver métodos a serem aplicados em um estudo minucioso.

Por meio de uma análise qualitativa que foi feita em uma página da rede social, objeto dessa pesquisa, pode-se considerar que foi, também, um estudo descritivo, já que, após a análise foi feita uma descrição dos elementos observados.

Tendo em vista que em uma pesquisa não é utilizada uma única técnica, foi feito um estudo de caso, que pode ser desenvolvido como sendo um “[...] *estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos de maneira que se permita o seu amplo e detalhado conhecimento*” (SILVA; MENEZES, 2005, p. 21). O estudo visou analisar a página da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, em uma rede social.

Nessa pesquisa foi adaptada a metodologia utilizada por Vilella (2003). Com isso, foram elaboradas métricas para avaliação da página da rede social objeto desse estudo. A metodologia da autora supracitada consistiu em dividir os critérios e parâmetros para avaliação dos portais em sua pesquisa em três dimensões, Conteúdo, Usabilidade e Funcionalidade de *web sites*. Para cada uma das dimensões, foram elaborados critérios e parâmetros específicos para a análise dos *sites*. Neste trabalho, foram elaboradas métricas de avaliação para a página da rede social analisada.

3.1 Perfil da Rede Social Analisado

Para embasar este trabalho foi analisado o perfil da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais – SEE/MG, disponível na rede social *Facebook*. Conforme dados da própria página, a mesma foi criada em 2012 com a Missão de “*Diminuir a distância entre Estado e sociedade, favorecendo e estimulando a transparência das ações adotadas pelo Governo de Minas*”. (MINAS GERAIS, 2012). Missão que vai ao encontro dos objetivos dessa pesquisa

ao identificar como essa estimulação à transparência das ações adotadas pelo Governo do Estado pode contribuir para a efetividade dos serviços prestados por esta Secretaria.

No final do mês de junho de 2018 o perfil já totalizava mais de 278 mil seguidores. A maioria desta população é composta por servidores (ativos e inativos) e ex-servidores do Órgão, sendo outra parcela composta por cidadãos que possuem interesse pelas atividades da pasta como, por exemplo, os estudantes da rede estadual de ensino de Minas Gerais e seus pais ou responsáveis.

3.2 Métricas de Avaliação

A rede social *Facebook* possui um sistema para auxílio na análise de alguns dados da página criada. Conhecida como *Facebook Insights*, a ferramenta está disponível apenas para os administradores dos perfis criados para uma empresa, marca, comunidade ou figura pública. O sistema apresenta um panorama geral com vários dados para auxiliar os administradores da página na gestão do perfil, tais como: a quantidade de visualizações da página, de curtidas⁴, dados sobre as publicações (conferir dias e horários que as postagens tiveram mais acesso), o gênero dos usuários e sua localização geográfica, entre outros indicadores. De modo geral, é possível que os gestores de uma página da rede social tenham uma diversidade muito grande de dados para serem analisados e, com isso, aprimorar o relacionamento com seus seguidores⁵.

Como o objetivo desse trabalho é o de avaliar as contribuições da rede social para a efetividade dos serviços públicos prestados pela SEE/MG, foram consideradas métricas específicas que possam ser verificadas sob a perspectiva dos cidadãos, seguidores da página. Para isso, foram criadas métricas dentro das dimensões de Conteúdo, Usabilidade e Funcionalidade, utilizadas no trabalho de Vilella (2003), para a avaliação da página analisada.

Os parâmetros de cada dimensão foram definidos buscando identificar como a página da SEE/MG na rede social preza pelo cumprimento de sua missão, ou seja, como um dos canais de comunicação da Secretaria visa diminuir a distância entre Estado e Sociedade e

⁴ Termo utilizado quando uma pessoa demonstrou interesse em seguir e receber atualizações de uma página da rede social. Principal indicador do *Facebook* para indicar o crescimento ou não de uma página/perfil.

⁵ Usuários da rede social que curtiram a página/perfil da instituição, marca, comunidade ou figura pública.

como suas postagens favorecem e estimulam a transparência das ações do Governo, podendo com isso, contribuir para a efetividade do serviço público prestado pelo Órgão.

3.2.1 Conteúdo

Na dimensão Conteúdo analisou o que foi publicado na página da rede social da Secretaria, como tipo de notícias, a apresentação das mesmas (*post*) e como ocorrera a interação dos seguidores com os conteúdos apresentados. Foram analisadas as métricas:

- Publicação;
- Apresentação;
- Interação.

Os parâmetros foram escolhidos por compreender que o processo de efetividade das ações da Secretaria está relacionado em como e quais são as notícias publicadas na página da SEE na rede social. A apresentação dessas notícias ou *posts*, também é um fator importante para analisar a aceitação dos seus seguidores, que irão responder com diversas interações como, por exemplo, curtir a postagem, efetuar comentários e compartilhar o conteúdo publicado em suas páginas pessoais, criando uma rede maior de interação, podendo com isso, divulgar cada vez mais os trabalhos da Secretaria.

3.2.2 Usabilidade

Nessa dimensão foram analisados alguns critérios de usabilidade:

- Disponibilização de *links*;
- Acessibilidade.

Para não sobrecarregar as postagens na página e deixar os seguidores confusos com a quantidade de informações, em situações onde será apresentado grande número de dados ou orientações, é importante que seja disponibilizado *link* para páginas externas junto ao *post*, assim, o seguidor poderá buscar mais informações sobre o que foi publicado caso seja de seu interesse. Como a página da SEE/MG trata-se de divulgar ações da pasta é de grande valia a

inserção desse recurso, uma vez que, apresentar todos os dados na plataforma poderia causar distanciamento dos cidadãos.

O *Facebook* é uma rede social com recursos predefinidos para seus usuários. Não apresenta na sua estrutura recursos de acessibilidade para *web sites*, como por exemplo, aumento e diminuição das fontes utilizadas, mudança de tonalidade da página, etc. Devendo esta, ser uma preocupação dos usuários administradores das páginas, principalmente quando se tratar de uma página governamental, cujo um dos objetivos deve ser o de incluir os cidadãos e não excluí-los. Por esse motivo, a preocupação de como será feita as postagens deve ser contínua, garantindo maior processo de inclusão. Mesmo com a ausência de alguns recursos de acessibilidade os usuários administradores das páginas devem utilizar os meios disponíveis para se promoverem.

A rede social *Facebook* utiliza um recurso para facilitar a leitura, por deficientes visuais, das imagens que são postadas por seus usuários. Para que os aplicativos destinados a essa finalidade possam fazer a leitura das imagens, uma vez que, a rede social é muito visual (publicações com imagens), utilizar o recurso (a *hashtag* #PraCegoVer) da plataforma pode ser uma boa opção para se promoverem e estreitar os laços com todos os cidadãos. Além desse recurso, também deve ser considerado as cores que são utilizadas nas postagens.

3.2.3 Funcionalidade

Na dimensão Funcionalidade objetivou verificar se a página da rede social analisada utiliza os recursos disponibilizados pela ferramenta e como ocorre a frequência das postagens. Os parâmetros analisados foram:

- Uso de recursos;
- Frequência de postagens.

Para que a página da SEE/MG na rede social alcance seus objetivos e que, de fato, contribua para a efetividade dos serviços públicos, é importante utilizar todos ou grande parte dos recursos disponíveis na ferramenta. A não utilização dos mesmos pode ocasionar um efeito contrário ao que se espera ao criar uma página na rede social, que é o de aproximar as pessoas.

A assiduidade das publicações é outro fator relevante em uma página da rede social de uma instituição. Analisar a frequência das postagens pode nos indicar o compromisso do Órgão em tentar garantir a comunicação governo-cidadão.

3.3 Coleta dos Dados

Foram analisadas postagens realizadas no período de novembro/2017 a junho/2018 e que estavam disponíveis nas publicações do perfil no momento da coleta dos dados, que correu na segunda quinzena de junho de 2018. Por se tratar de uma rede social *online*, os dados da análise podem sofrer algumas alterações com o decorrer do tempo, como por exemplo, a remoção de alguma publicação ou alteração da quantidade de interações nas postagens.

Para essa análise, foi criado um quadro por meio do qual os dados das publicações da página da rede social analisada foram tabulados, conforme as métricas estabelecidas. O modelo do referido Quadro é apresentado em seguida.

Quadro 1 - Quadro Utilizado para a Tabulação dos Dados da Pesquisa

Funcionalidade		Conteúdo							Usabilidade	
Mês	Dia	Assunto_Publicação	Categoria	Apresentação	Curtidas/Reações	Compartilhamento	Comentários	Visualizações	Links	Acessibilidade

Fonte: Elaboração própria.

Por intermédio do Quadro foi identificada a data de cada publicação; definido um assunto (conforme a publicação); observado como ocorreram as publicações (imagem, texto e imagem ou texto e vídeo), a quantidade de reações, o compartilhamento, os comentários e visualizações em cada uma das postagens (formato em vídeo); além de constatar se as mesmas possuíam *links* para outras páginas e algum recurso de acessibilidade.

Finalizado o levantamento das publicações, as mesmas foram classificadas em categorias para propiciar a análise dos dados observados. Cada publicação foi classificada em uma das categorias descritas em seguida:

- **Ações da SEE** - para identificar as publicações que fizeram referência a alguma atividade da pasta como, por exemplo, projetos desenvolvidos pela SEE/MG, divulgação de cursos promovidos pela Secretaria, concurso público, processo de

designação de docentes, obras de recuperação de escolas, valorização dos profissionais da educação de Minas Gerais, entre outros.

- **Atividades de Escolas** - nessa categoria foram apontadas as publicações que apresentaram algum projeto que foram ou são desenvolvidos por escolas da rede estadual de ensino de Minas Gerais;
- **Cursos e Projetos Externos** - o perfil na rede social analisado divulga ofertas de cursos extracurriculares, palestras, seminários e feiras. Alguns são destinados para os estudantes e outros para os docentes da rede, promovidos por diversas instituições (Universidade Federal de Minas Gerais, Universidade Federal de Juiz de Fora, Universidade Federal de Ouro Preto, Universidade de São Paulo, Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Prefeitura de Belo Horizonte etc.);
- **Dicas de Estudo** - foram classificadas nessa categoria as postagens que apresentavam dicas de português, de concentração, de produção de trabalhos científicos, fichamento de livros, temas para serem trabalhados em sala de aulas, *sites* para auxílio nos estudos da Língua Estrangeira Moderna - Inglês, entre outros;
- **Governo de Minas** - além das ações da Secretaria, o perfil divulga, também, ações de outras pastas e Órgãos do Governo de Minas Gerais (Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão, Secretaria de Estado de Esportes, Secretaria de Estado de Saúde, Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia e Ensino Superior). Algumas ações se relacionam com as atividades da Educação, como por exemplo, os Jogos Escolares de Minas Gerais, promovido pela Secretaria de Estado de Esportes, mas de interesse da SEE/MG;
- **Governo Federal** - a pasta divulga muitos *posts* relacionados a políticas, programas e projetos do Governo Federal voltados para a educação (tais como Fies, Encceja, Prouni e Sisu⁶). Também foram consideradas nessa categoria, publicações que fizeram referência a projetos cujo público alvo é destinado a todos os brasileiros, como projetos do Senado Federal, da Controladoria Geral da União e de organizações que

⁶ O Fundo de Financiamento Estudantil – Fies foi criado em 2001. Para saber mais sobre ele, consulte o endereço <<http://sisfiesportal.mec.gov.br/>>; o Exame Nacional para Certificação de Competências de Jovens e Adultos – Encceja foi criado em 2002. Para saber mais sobre ele, consulte o endereço <<http://portal.mec.gov.br/encceja>>; o Programa Universidade para Todos – Prouni foi criado em 2004. Para saber mais sobre ele, consulte o endereço <<http://siteprouni.mec.gov.br/>>; o Sistema de Seleção Unificada – Sisu foi criado em 2012. Para saber mais sobre ele, consulte o endereço <<http://sisu.mec.gov.br/inicial>>.

promovem concursos nacionais, como por exemplo, a Olimpíada Brasileira de Matemática das Escolas Públicas⁷.

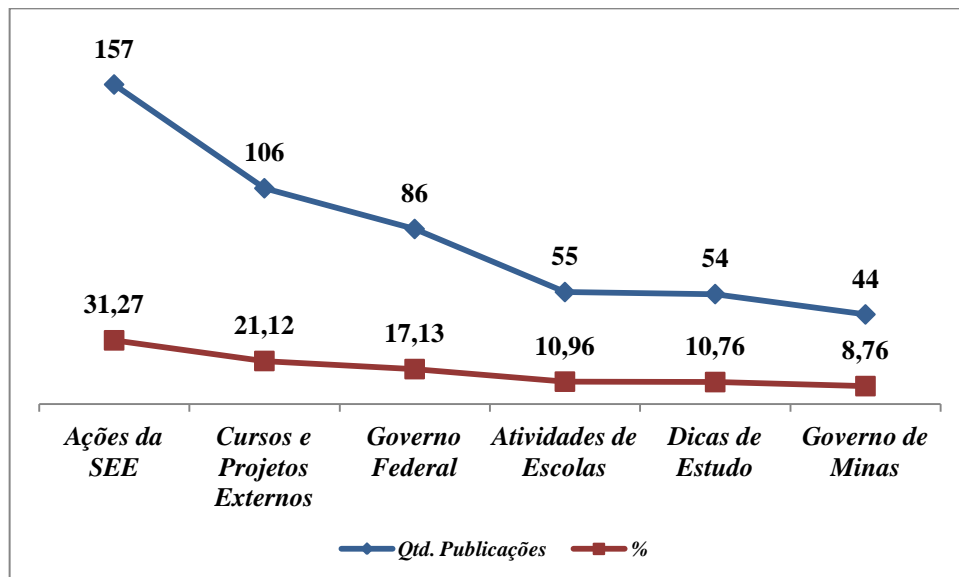
Após a realização do levantamento e classificação das postagens, efetuou-se a análise das mesmas.

⁷ A Olimpíada Brasileira de Matemática das Escolas Públicas - OBMEP é um projeto nacional dirigido às escolas públicas e privadas brasileiras, criado em 2005 para estimular o estudo da matemática. É realizado pelo Instituto Nacional de Matemática Pura e Aplicada - IMPA, com o apoio da Sociedade Brasileira de Matemática – SBM, e promovido com recursos do Ministério da Educação e do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações – MCTIC. Disponível em: <<http://www.obmep.org.br/index.htm>>. Acesso em: 19 jul. 2018.

4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

No período escolhido para a coleta dos dados foram analisadas 502 publicações, disponíveis na página da rede social da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais. Destas, 31,27% referem-se a ações promovidas pela pasta, o que indica a existência de interesse em favorecer a transparência das ações adotadas pelo governo, como mencionado na missão da página, disponível na rede social. No Gráfico 1, apresentado em seguida, é demonstrada a quantidade de postagens por categorias e a representação das mesmas no universo analisado:

Gráfico 1: Quantidade de *posts* por categoria



Fonte: Elaboração própria.

A segunda categoria com maior número de postagens, a de “Cursos e Projetos Externos”, representa a preocupação da SEE/MG em divulgar cursos, seminários, palestras e projetos de outras instituições que possam possibilitar o aperfeiçoamento dos alunos e docentes da rede estadual de educação de Minas Gerais, bem como, certificar que durante todo o ano exista alguma atividade extracurricular que possa ser desenvolvida pela comunidade escolar⁸.

⁸ Comunidade Escolar - Conjunto das pessoas envolvidas diretamente no processo educativo da escola e responsáveis pelo seu êxito; é o corpo social da escola composta por docentes, discentes, outros profissionais da escola e pais ou responsáveis pelos alunos. Disponível em: <<http://www.fundacaobunge.org.br/biblioteca-bunge/glossario/>>. Acesso em: 2 jul. 2018.

Ações não menos importantes que as promovidas pela SEE/MG mas que, também, podem gerar impacto na educação do Estado de Minas Gerais, são as promovidas pelo “Governo Federal” e por outras instituições que visam atingir os estudantes e professores da rede. Essa categoria contou com 17,13% dos *posts*. A maioria deles relacionados aos projetos de governo, como já mencionado anteriormente, voltados para a educação.

A categoria “Atividades de Escolas” apresentou vários projetos que são executados pelas escolas mineiras sob a responsabilidade de gestão da Secretaria de Educação. Com 10,96% das publicações, no período analisado, a pasta demonstra interesse em disseminar as melhores práticas vivenciadas no cotidiano de algumas escolas, deixando espaço para criar uma rede maior de interação com as diversas escolas da SEE/MG.

Para diversificar as publicações, 10,76% dos *posts* referiram-se a dicas de português, materiais de incentivo a leitura e de apoio aos docentes. Algumas postagens apresentaram muito engajamento⁹ por parte de seus seguidores, como por exemplo, uma postagem de um vídeo educativo com paródias de músicas do cantor americano Michael Jackson, feita em novembro/2017, que já conta mais de 27 mil visualizações e 539 compartilhamentos. O vídeo no canal do YouTube, de onde o mesmo foi retirado, possui pouco mais de 22 mil visualizações, o que pode contribuir para a eficácia de postagens na rede social.

A categoria com menor quantidade de publicações, no período analisado, foi a que apresentou postagens relacionadas às ações do “Governo de Minas”, que geram ou podem gerar impacto direto nas ações da SEE/MG. Apesar de contar com apenas 8,76% das publicações, foi essa categoria que indicou maior engajamento, como será apresentado posteriormente.

4.1 Dimensão Conteúdo

De modo geral, as postagens realizadas pela Secretaria na rede social analisada são inerentes às atividades da pasta. Mesmo na categoria com menor percentual de postagens, foram identificadas publicações que puderam causar impacto nas ações promovidas pela SEE/MG.

⁹ Engajamento em uma rede social pode ser considerado como sendo o envolvimento e a interação (curtidas, comentários e compartilhamento de *posts*) dos usuários da rede. Disponível em: <<https://novaescolademarketing.com.br/marketing-digital/o-que-e-mesmo-engajamento/>>. Acesso em: 19 jul. 2018.

Do total de publicações, conforme apresentado no Gráfico 1, excluindo as postagens que não se referem diretamente às ações da pasta, temos 42,23% dos *posts* (categorias: Ações da SEE e Atividades de Escolas), número expressivo que pode auxiliar a Secretaria a alcançar seus objetivos na rede social, que é o de favorecer e estimular a transparência das ações adotadas pelo Governo de Minas.

No entanto, foi identificada a ausência de um profissional para fazer a revisão em algumas postagens. Alguns *posts* e matérias divulgadas no site da Secretaria, direcionados por *links* das publicações, apresentavam erros nas grafias ou divergência de conteúdo entre a imagem do *post* com o enunciado do mesmo.

A postagem apresentada na Figura 2 a título de exemplo, em seguida, foi publicada algumas vezes na rede social com essa divergência de dados entre a imagem (53 escolas) e o enunciado (52 escolas). Para saber, de fato, quantas escolas estaduais são credenciadas para emitir os certificados é necessário acessar o *link* disponibilizado e contar na relação apresentada, uma vez que não são apresentados dados precisos na publicação.

Figura 2 - Exemplo de postagem com divergência de conteúdo entre imagem e enunciado

Fonte: Publicação no Perfil do *Facebook* da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, em 9 de fevereiro de 2018.

Outro exemplo que evidencia a ausência de zelo com as publicações que são realizadas na rede social é o apresentado na Figura 3. Essa postagem foi feita três vezes (entre os dias 1 e

18 de março de 2018) com a mesma divergência: o enunciado não se refere ao conteúdo da imagem do *post*. Como a rede social é muito visual, o primeiro impacto gerado pelos seus usuários é causado pelo conteúdo das imagens. Em alguns comentários foi possível constatar que os usuários fizeram referência apenas à imagem, desconsiderando o enunciado da mesma. O *link* disponibilizado no *post* faz referência ao conteúdo publicado no enunciado.

Figura 3 - Exemplo de postagem com divergência de conteúdo entre imagem e enunciado



Fonte: Publicação no Perfil do *Facebook* da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, em 1 de março de 2018.

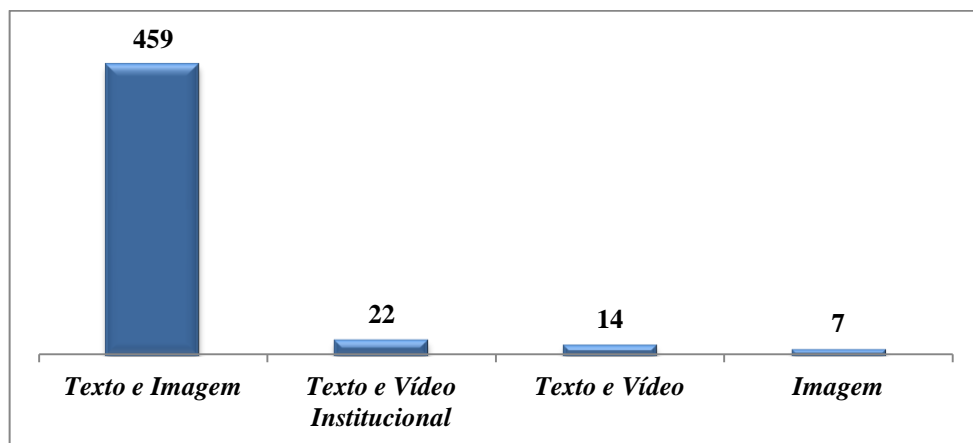
Assim como em todos os meios de comunicação, é essencial que exista, nas redes sociais, um profissional que revise os conteúdos que serão publicados, evitando erros como os mencionados nos exemplos anteriores, que podem causar desinteresse pelos seguidores que deixam de dar credibilidade às postagens.

Além do conteúdo apresentado é relevante que se adote um padrão de apresentação das publicações, criando assim, uma identidade da página. O perfil da SEE/MG apresentou em 91% de suas publicações ou em 459 *posts*, esse padrão, com texto e imagem, e a utilização do mesmo *template*¹⁰ (Figuras 2 e 3).

¹⁰ Template é um modelo de documento com uma apresentação visual. O modelo utilizado pela SEE/MG possui um rodapé com um triângulo na horizontal (de uma extremidade a outra), em degradê vermelho, seguido pelas logomarcas do programa "Mais Educação" e do governo de Minas Gerais, com fundo branco e degradê cinza.

No Gráfico 2, apresentado em seguida, é possível identificar o quão consolidado está a forma de apresentação dos conteúdos publicados na rede social. Todas as publicações analisadas possuíam um enunciado ou o próprio texto foi apresentado no interior da imagem. Foi considerado vídeo institucional todos os que apresentaram a logomarca do Governo de Minas Gerais. O padrão apresentado nas publicações pode favorecer a identidade da página com seus seguidores.

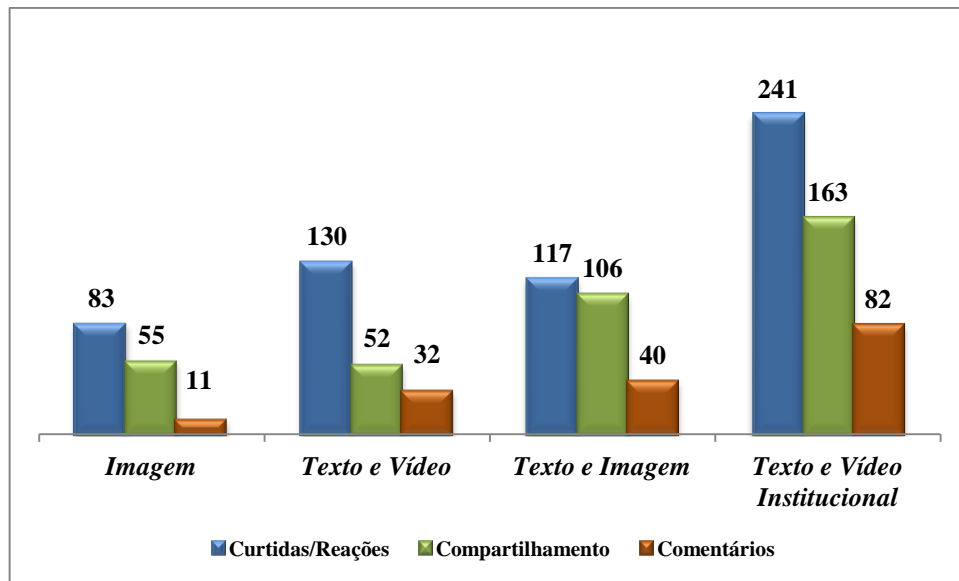
Gráfico 2: Apresentação das postagens



Fonte: Elaboração própria.

Outro fator relevante a ser considerado na análise, e que permite identificar a aceitação, ou mesmo, parte do processo de efetividade das ações promovidas pela página, é o engajamento dos usuários. Nos Gráficos 3 e 4, dispostos em seguida, serão apresentadas as médias de interações dos seguidores da página por tipo de apresentação das postagens e por categoria, respectivamente.

Mesmo com 91% das publicações tendo sido feitas por meio de texto e imagem, essas não foram as publicações que tiveram maior engajamento, ficando em segundo lugar, com apoio dos compartilhamentos dos *posts* (média de 106 compartilhamentos), que favorece a disseminação de informações na rede social. Como é possível identificar no Gráfico 3, apresentado em seguida, a maior média de interações ocorreu nas postagens feitas utilizando o recurso de texto e vídeo institucional. Apesar da média apresentada para este tipo de postagem, os dois vídeos que alavancaram esse resultado (“Volta as Aulas 2018”), tiveram um auxílio das redes de televisão, canal pelos quais os vídeos foram também veiculados. Apenas um dos vídeos possui mais de 145 mil visualizações na rede social.

Gráfico 3: Média de interações nos *posts* por tipo de apresentação

Fonte: Elaboração própria.

A publicação apresentada, com texto e imagem, que teve maior engajamento foi um comunicado sobre a paralisação das atividades escolares em decorrência da greve nacional dos caminhoneiros¹¹. A mensagem apresentada informava:

Em virtude das dificuldades geradas pela crise de abastecimento provocada pela greve nacional dos caminhoneiros, a Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais informa que está determinando a suspensão das aulas em todas as escolas da rede estadual nesta segunda-feira, dia 28 de maio. Belo Horizonte, 27 de maio de 2018. Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais (Publicação no Perfil do Facebook da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, em 27 de maio de 2018).

Devido à situação vivenciada no Estado e o impacto negativo que as ações do movimento grevista poderiam causar nas atividades escolares, a publicação contou com mais de 3.500 reações, 6.700 compartilhamentos e 1.000 comentários.

¹¹ A greve dos caminhoneiros, ocorrida em 2018 com extensão nacional, foi uma paralisação de caminhoneiros que durou onze dias, tendo sido iniciada no dia 21 de maio. Para informações, consultar: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Greve_dos_caminhoneiros_no_Brasil_em_2018> e o artigo de BRUM (2018).

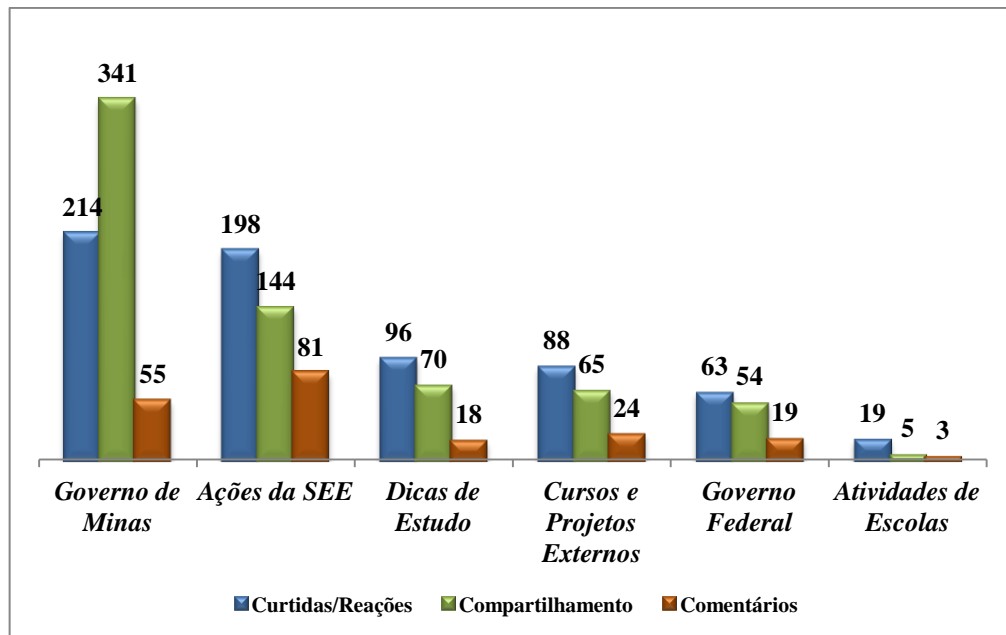
Figura 4 - Postagem com maior engajamento



Fonte: Publicação no Perfil do *Facebook* da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, em 27 de maio de 2018.

No Gráfico 4, observa-se que a categoria “Governo de Minas” foi a que apresentou maior engajamento. Esses números foram impulsionados, também, pelas publicações da pasta que fez referência a ações do governo (anúncio de ponto facultativo) decorrentes da greve nacional dos caminhoneiros.

As publicações que se enquadram em “Ações da SEE” que tiveram maior engajamento e propiciaram o segundo lugar dentre as categorias analisadas foram referentes ao novo sistema (Designações *Online*) adotado pela Secretaria para contratação de docentes, divulgação do calendário escolar e de concurso público realizado pela pasta, em 2018. No outro lado do gráfico, estão as ações promovidas pelas escolas. Pela média de engajamento apresentado é possível afirmar que os seguidores da página da SEE/MG possuem pouco interesse em projetos desenvolvidos nas escolas, ou como as postagens são feitas para divulgar essas ações não estão adequadas para a rede social.

Gráfico 4: Média de interações nos *posts* por categoria

Fonte: Elaboração própria.

Outro fator observado na análise da rede social foi a ausência de interação dos administradores da página com seus seguidores junto às postagens. Foram poucas as vezes que se identificou essa interação da SEE/MG nos comentários que foram feitos nos *posts*. Mesmo não tendo identificado essa interação, a página da Secretária possui o selo¹² “Responde muito rapidamente”. Isso significa que a pasta optou pela interação com seus seguidores por meio de mensagens privadas, recurso disponível na ferramenta.

Figura 5 - Selo “Responde muito rapidamente”



Fonte: Perfil *Facebook* da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais.

¹² O selo mostra às pessoas quais páginas respondem a mensagens privadas de forma rápida e consistente. Para obter o selo, a página deverá ter alcançado uma taxa de resposta de 90% aos questionamentos feitos por seus seguidores em um intervalo de até 15 minutos, ao longo dos últimos 7 dias. Fonte: Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/475643069256244>>. Acesso em 4 jul. 2018.

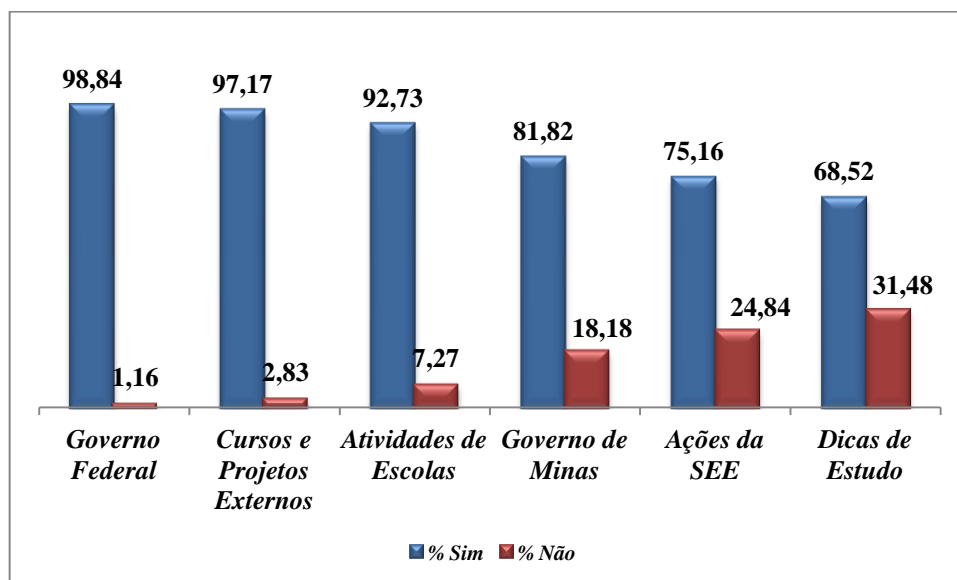
4.2 Dimensão Usabilidade

Um dos fatores que também podem contribuir para a efetividade da página analisada é a apresentação de recursos de usabilidade. Nesta pesquisa foram verificados dois desses recursos: a disposição de *links* e a acessibilidade. Das postagens analisadas, 85,14% utilizaram o recurso de *link* para agregar a informação disponibilizada na rede social. A maioria destes atalhos foi direcionada para os demais canais de comunicação da SEE/MG, como, por exemplo, a página *web* (<http://www.educacao.mg.gov.br/>) e o blog da educação (www.blog.educacao.mg.gov.br).

Além dos atalhos disponibilizados nas postagens para complementar os dados apresentados na rede social, a página da SEE/MG possui *links* para outros canais da pasta, localizados nos menus fixo da página, como o Blog da Educação, o YouTube e o Twitter.

No Gráfico 5, em seguida, é apresentada a porcentagem dos *posts*, por categoria, que possuem ou não o recurso de disponibilização de *links* para subsidiar o seguidor da página com mais dados sobre a postagem.

Gráfico 5: Porcentagem de *posts* com a disponibilização do recurso de *link* por categoria



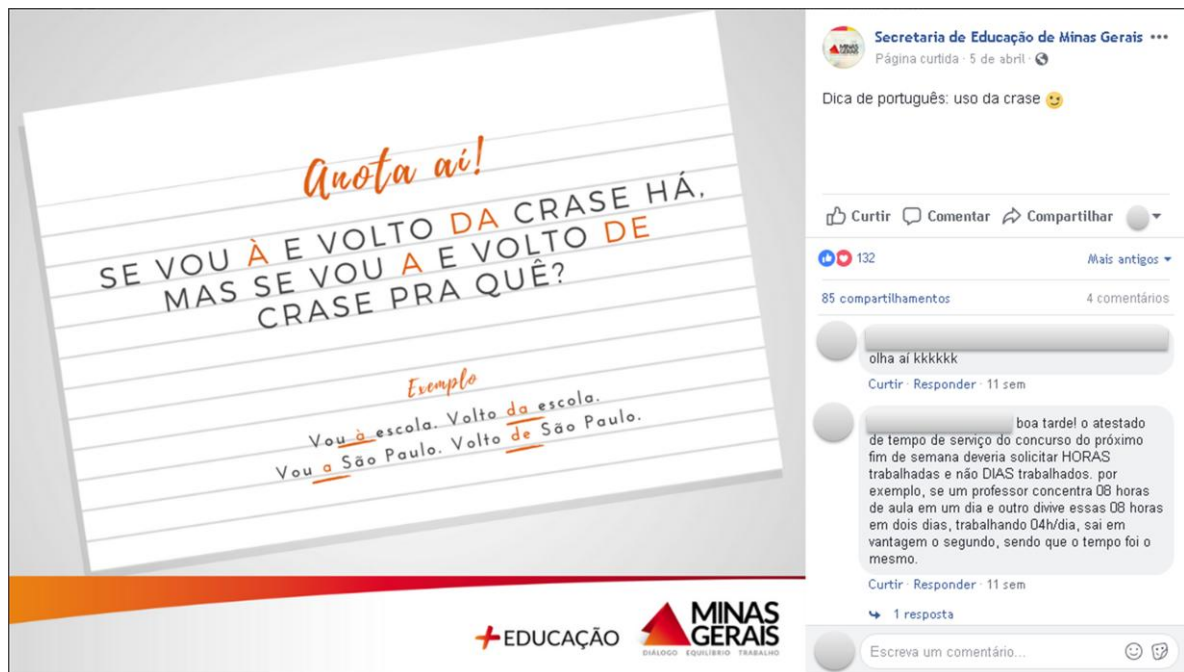
Fonte: Elaboração própria.

Na maioria das categorias analisadas o recurso de disponibilização de *links* foi localizado em quase que na totalidade das postagens realizadas pela pasta. O seguidor da

página deve acessar os endereços eletrônicos disponibilizados junto aos *posts* para saber mais detalhes do conteúdo apresentado na postagem.

A categoria “Dicas de Estudo”, que apresentou 31,48% das postagens com a ausência do recurso de *link*, foi decorrente do conteúdo apresentado que não se fazia necessário, ou seja, os *posts* nessa condição foram apresentados de maneira simples e com o conteúdo didático, facilitando o entendimento pelos seus seguidores, não havendo a necessidade de inserção de *links* para seu detalhamento. Foram postagens com mensagens curtas, algumas delas apresentadas na própria imagem como no demonstrado, a título de exemplo, na Figura 6, a seguir:

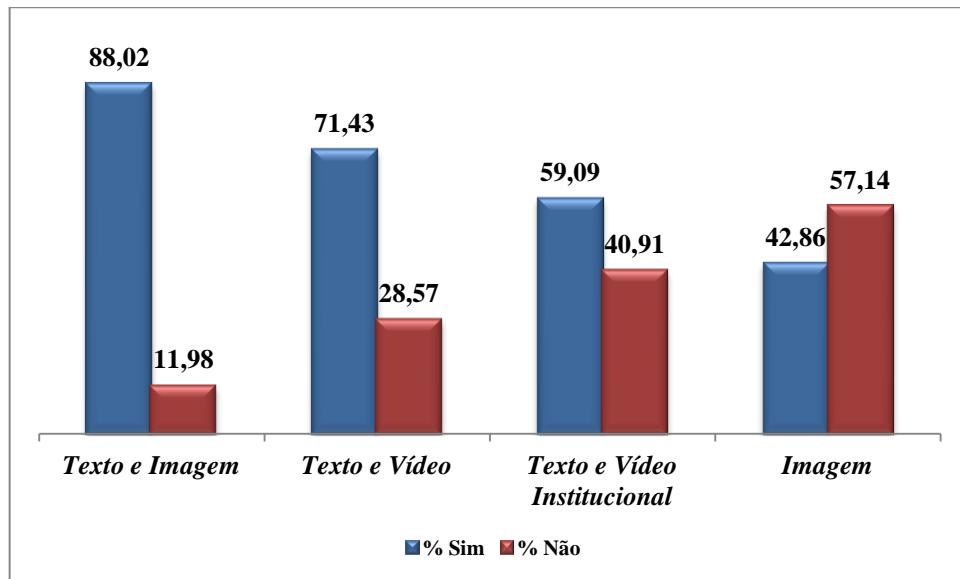
Figura 6 - Exemplo de postagem da categoria “Dicas de Estudo”



Fonte: Publicação no Perfil do *Facebook* da Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, em 5 de abril de 2018.

Na categoria “Ações da SEE”, observa-se que a justificativa de 24,84% das postagens não possuem o recurso é similar à da categoria já mencionada, com a diferença apenas para o conteúdo apresentado (promoção de algumas ações da pasta). A não disponibilização do recurso também é justificada pelo modelo de apresentação das postagens, conforme retratado no Gráfico 6, apresentado em seguida:

Gráfico 6: Porcentagem de *posts* com a disponibilização do recurso de link por tipo de apresentação



Fonte: Elaboração própria.

No tipo de apresentação “Texto e Vídeo Institucional”, é compreensível a ausência do recurso em 40,91% das postagens, tendo em vista que, se tratando de vídeos cujo objetivo é o de promoção da imagem da SEE/MG, a informação a ser repassada estava no conteúdo do vídeo. Apesar de 57,14% das postagens não terem apresentado o recurso informado na categoria “Imagem”, esse indicador é pouco relevante, tendo em vista a quantidade de postagens dessa categoria, conforme apresentado no Gráfico 2. Na análise da rede social identifica-se que esse tipo de postagem não é o padrão da SEE/MG.

Em relação ao recurso de acessibilidade é possível afirmar que o perfil da rede social analisado não possui essa preocupação em incluir todos os cidadãos, seus seguidores, uma vez que 99,2% das postagens não apresentaram nenhum recurso de acessibilidade. Foram apenas quatro postagens com esse recurso.

Dos trinta e seis vídeos postados (conforme apresentado no Gráfico 2), apenas três apresentaram algum recurso de acessibilidade. Também houve a utilização de algum recurso em mais uma postagem com apresentação no formato “Texto e Imagem”:

- Dois vídeos (um institucional) com legenda;
- Um vídeo apresentado na Língua Brasileira de Sinais, sem áudio e/ou legenda (a postagem excluiu os seguidores da página que não possuem conhecimento da Língua);
- Uma postagem com o recurso *hashtag* #PraCegoVer.

Observou-se que ações simples, tais como a adoção da *hashtag* #PraCegoVer, a rede social poderia incluir novos seguidores/cidadãos. A ausência desse recurso pode dificultar a utilização do canal por deficientes visuais, visto que são utilizadas imagens na maioria das postagens. A não apresentação de legendas e áudios nos vídeos postados, principalmente os institucionais, pode ser outro fator relevante para a inclusão/exclusão de cidadãos/seguidores.

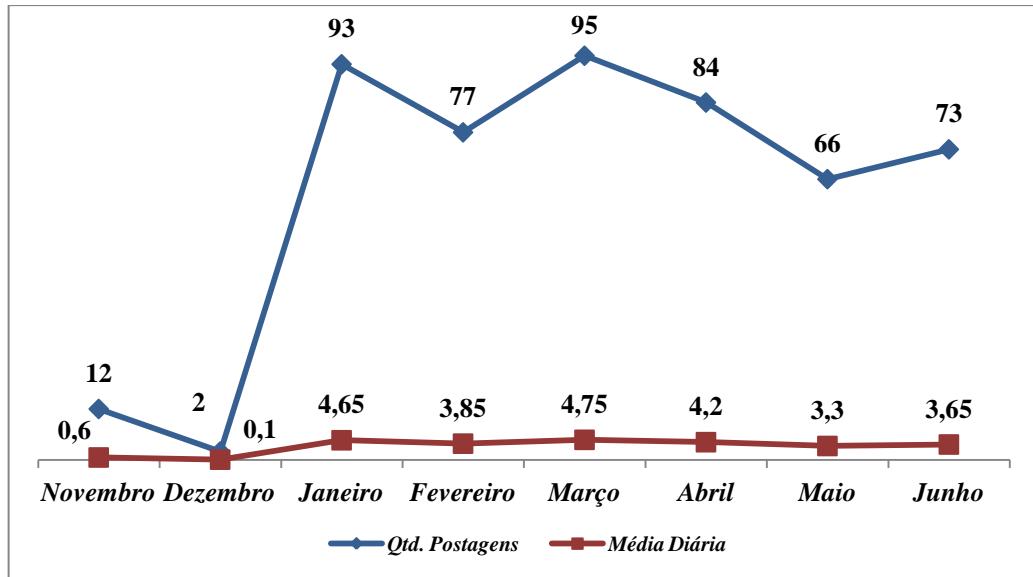
4.3 Dimensão Funcionalidade

Verificou-se que a página analisada faz utilização dos recursos disponibilizados pelo *Facebook*. Como mencionado anteriormente, apresenta *links* no menu fixo da plataforma para outros canais da SEE/MG, utiliza o recurso de troca de mensagens no modo privado, segue outras páginas (do próprio Governo mineiro, seus órgãos e instituições, personalidades do Estado, organizações voltadas para a área de educação, prefeituras municipais, além de escolas) e compartilha postagens de outras páginas. No período investigado, 12% das postagens foram compartilhadas.

Outro fator que pode contribuir para o processo de efetividade dos serviços prestados pela pasta é a frequência das postagens. No Gráfico 7, em seguida, é apresentada a quantidade de postagens que foram realizadas por mês, que estão disponíveis na página, e a média de postagens diárias. Essa média foi calculada sobre vinte dias úteis. Optou-se por utilizar esse número tendo em vista que, algumas publicações foram feitas aos finais de semana, o que aumentaria a quantidade de dias a serem considerados no cálculo, no entanto, outras supostamente deixaram de ser feitas em algum dia útil, como por exemplo, por ter sido decretado ponto facultativo no Estado.

No gráfico é possível observar a variação do quantitativo de postagens por mês e a média diária das mesmas, com exceção dos meses de fevereiro e maio de 2018, que tiveram poucos dias úteis, devido aos pontos facultativos no Estado (Carnaval e Greve Nacional dos Caminhoneiros), o mês com menor número de postagens e média diária de publicações foi o de junho/2018. Considerando que nos meses de novembro e dezembro de 2017, supostamente, houve pouco interesse do Órgão em fazer publicações contínuas na plataforma, tendo em vista o baixo número de publicações disponíveis. Os meses de março e janeiro de 2018 foram os que possuíram, respectivamente, maior quantidade de publicações no período analisado.

Gráfico 7: Quantidade de postagens realizadas por mês e a média diária



Fonte: Elaboração própria.

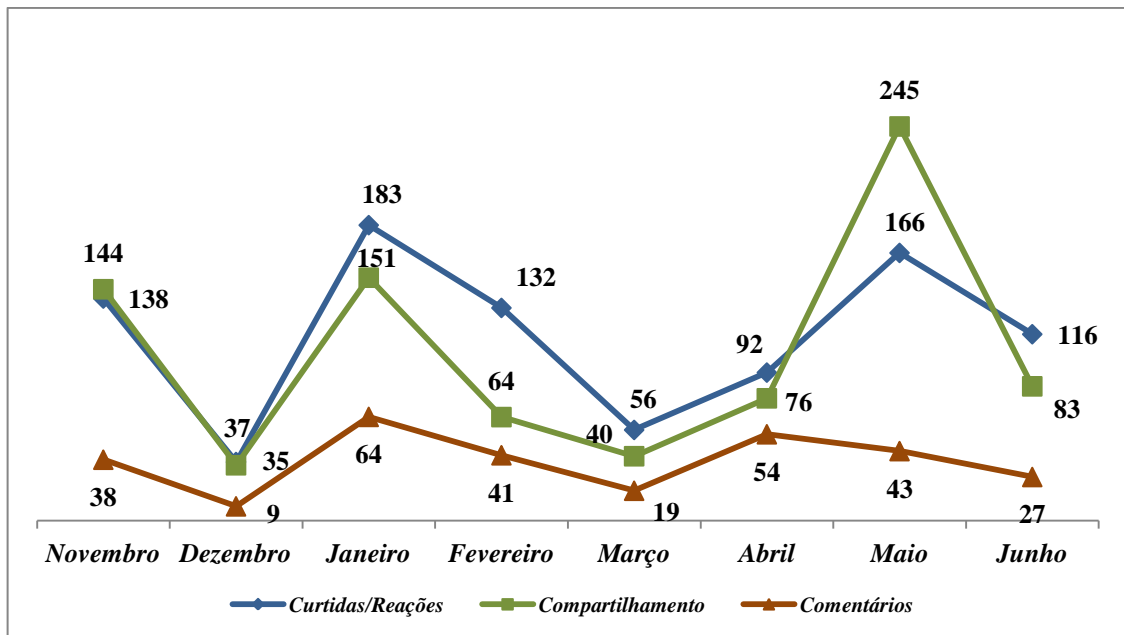
Com exceção dos meses de novembro e dezembro de 2017, que tiveram uma pequena quantidade de publicações em comparação com aos demais meses analisados, observou-se em média três a quatro *posts* diários. Nesses dois meses, 50% das postagens foram referentes a ações da SEE (processo de designação de docentes e matrículas escolares para 2018). Essas postagens tiveram grande engajamento decorrente do momento vivenciado na Secretaria (término do ano letivo e preparação para o novo ano escolar).

Em apenas um dos vídeos institucionais, publicado em novembro de 2017, com a fala do Subsecretário de Gestão de Recursos Humanos da pasta, Antônio David de Sousa Junior, sobre o processo de contratação de docentes para o ano de 2018, houve mais de 51 mil visualizações, 937 compartilhamentos e 412 reações (curtidas).

No Gráfico 8, apresentado em seguida, é possível identificar que os meses que tiveram maior engajamento foram:

- Novembro, impulsionado pela publicação mencionada anteriormente;
- Janeiro, com postagens relacionadas, também, ao processo de designações e pela divulgação do calendário escolar 2018 e
- Maio, quando as postagens que fizeram comunicados à comunidade escolar sobre o andamento/paralisação das atividades escolares no período da greve dos caminhoneiros contribuíram para o aumento do indicador.

Gráfico 8: Média de engajamento por mês



Fonte: Elaboração própria.

Com isso, é possível afirmar que o processo que levará à efetividade de um serviço público está mais relacionado ao conteúdo que é publicado na rede do que necessariamente à sua quantidade. Como apresentado, apenas nos meses em que houve publicações que, supostamente, puderam modificar de alguma forma o cotidiano da comunidade escolar o engajamento dos seguidores da página foi maior.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise dos dados da pesquisa é possível identificar que páginas de redes sociais podem apresentar elementos que contribuem para a efetividade do serviço público, isto é, se for o objetivo do Órgão. A página da SEE/MG apresentou, no período analisado, postagens de relevância que podem contribuir para sua promoção e para o processo de efetividade dos serviços prestados pela Secretaria a seus seguidores. Essas postagens estão concentradas, em sua maioria, nas categorias “Ações da SEE” e “Cursos e Projetos Externos”, apresentadas no formato de “Texto e Vídeo Institucional”.

Para que as postagens na rede social possam ser efetivas, ou seja, para que os resultados de uma ação governamental (conteúdo das postagens) produzam efeitos positivos ou benefícios para uma população, é crucial que os administradores da página tenham objetividade e prezem por uma boa comunicação governo-cidadão, processo que tem sido evidenciado cada vez mais com o uso das redes sociais nos órgãos públicos.

Em quase todas as métricas criadas para essa pesquisa, sob a perspectiva do cidadão, foi possível identificar que a página analisada busca cumprir sua missão. O fator negativo da página é a falta de acessibilidade. Portadores de alguma deficiência física também são cidadãos que merecem exercer seus direitos quando do acesso às informações de interesse público, em todos os canais de comunicação de um Órgão Governamental. É necessário fazer um estudo minucioso junto aos seguidores/cidadãos para identificar outros critérios de acessibilidade, além do recurso *hashtag* #PraCegoVer a ser adotado em todas as postagens e em vídeos com legenda em português e/ou na Língua Brasileira de Sinais.

Outro fator a ser pontuado que pode dar mais credibilidade para as páginas de redes sociais de instituições públicas é a necessidade de garantir que não ocorram publicações com erros de grafia ou postagens com divergência de informações, como identificado em alguns *posts* da SEE/MG, e, certamente uma maior interação do Órgão com seus seguidores pode ser um ponto importante a ser repensado, principalmente para uma página cujo objetivo é de estreitar a comunicação governo-cidadão.

Observou-se que, apesar da página possuir mais de 278 mil seguidores, o engajamento é pequeno. Foram poucas as postagens que possuíram um alto engajamento. Esse indicador pode ser considerado um termômetro para expressar a eficácia das postagens junto aos cidadãos em uma página. Esses *posts* podem evidenciar a efetividade de algumas ações da SEE/MG. Postagens com baixo engajamento podem representar desinteresse dos cidadãos

pelas publicações o que, provavelmente, não contribuirá para a realização das transformações almejadas por seus seguidores.

As métricas de avaliação utilizadas na pesquisa basearam-se na bibliografia estudada, considerando os parâmetros de mensuração de dados para conteúdo, usabilidade e funcionalidade de uma página da rede social analisada. Para uma análise mais precisa, se faz necessário um estudo de uso e usuários da página, para que sejam elaborados outros critérios de avaliação, conforme o perfil de cada grupo de cidadãos/seguidores. Uma entrevista com os administradores da página da SEE/MG poderá, em uma pesquisa futura, ser identificado como são trabalhados os indicadores internos, disponibilizados pelo próprio *Facebook*, para alcançar os objetivos da Secretaria.

Em suma, podemos afirmar que uma rede social, de um Órgão Público, pode contribuir para a efetividade dos serviços públicos, desde que seja um compromisso da instituição com seus seguidores. Apresentar em seus *posts* conteúdos que, de fato, propiciem uma transformação dos cidadãos, em seus diversos aspectos (mudança de pensamento, impacto social, oportunidade de desenvolvimento pessoal etc.) é a contribuição mais relevante no processo de gestão pública e suas políticas.

O gestor público que consegue trabalhar com os recursos disponibilizados pelas redes sociais para promover uma instituição pública e estreitar os laços da comunicação governocidadão, provavelmente terá mais êxito em alcançar os objetivos do Órgão. Afinal, as novas mídias de comunicação devem ser utilizadas para essa finalidade, caso contrário, seria desnecessária a adoção de mais uma ferramenta de trabalho que não trará benefícios para todos os envolvidos.

REFERÊNCIAS

ALCANTARA, Christian Mendez. Os princípios constitucionais da eficiência e eficácia da Administração pública: estudo comparativo Brasil e Espanha. **Revista da Academia Brasileira de Direito Constitucional**, Curitiba, n. 1, p.24-49, ago. 2009. Disponível em: <[http://www.abdconst.com.br/revista/ARTIGO 2.pdf](http://www.abdconst.com.br/revista/ARTIGO%20.pdf)>. Acesso em: 30 mar. 2018.

BERGUE, Sandro Trescastro. **Cultura e Mudança Organizacional**. 2. ed. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2012. 104 p.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, 5 de outubro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 30 mar. 2018.

BRASIL. Portaria nº 38, de 11 de junho de 2012. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 21 jun. 2012. Seção 1, p. 3. Disponível em: <[https://www.governodigital.gov.br/documentos-e-arquivos/1 - Portaria 38 11-06-12](https://www.governodigital.gov.br/documentos-e-arquivos/1-Portaria%2038%2011-06-12)>. Acesso em: 07 jun. 2018.

BRUM, Eliane. Caminhoneiro: o novo velho protagonista do Brasil. **El País**, 04 de junho de 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/04/opinion/1528120377_430136.html>. Acesso em: 18 de jul. 2018.

CASTRO, Rodrigo Batista de. Eficácia, Eficiência e Efetividade na Administração Pública. In: ENCONTRO DA ANPAD, 30., 2006, Salvador/BA. **Artigo**. Salvador/BA: ANPAD, 2006. p. 1 - 11. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-apsa-1840.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2018.

GOVERNO FEDERAL. **Portal da Transparência**. Disponível em: <<http://www.portaldatransparencia.gov.br/glossario>>. Acesso em: 12 jul. 2018.

GROSSMANN, Luís Osvaldo. **Governo define regras para uso das redes sociais nos órgãos públicos**. 2012. Disponível em: <<http://www.convergenciadigital.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?UserActiveTemplate=site&inford=30910&sid=11>>. Acesso em: 30 mar. 2018.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p.71-81, jan. – abr. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1>>. Acesso em: 31 mar. 2018.

MARTELETO, Regina Maria. REDES SOCIAIS, MEDIAÇÃO E APROPRIAÇÃO DE INFORMAÇÕES: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, Brasília, v. 3, n. 1, p.27-46, jan. – dez. 2010. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/2247/1/Marteletto_redes%20sociais%20mediacao%20e%20apropriacao%20de%20informacoes.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2018.

MINAS GERAIS (Estado). Secretaria de Estado de Educação. **Perfil Facebook**. 2012. Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/secretariadeeducacaomg/about/?ref=page_internal> Acesso em: 30 maio 2018.

MUNIZ, Lizandra. **Métricas de Redes Sociais Métricas de Redes Sociais: um manual prático para aprender o que e como analisar**. Publicado em 26 de Maio de 2017. Atualizado em 26 de Abril de 2018. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/metricas-de-redes-sociais/>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

NASSI-CALÒ, Lilian. **Estudo analisa o uso de redes sociais na avaliação do impacto científico**. 2015. Disponível em: <<http://blog.scielo.org/blog/2015/03/13/estudo-analisa-o-uso-de-redes-sociais-na-avaliacao-do-impacto-cientifico/#.Wr7k3dTwbDd>>. Acesso em: 30 mar. 2018.

OBMEP. **Olimpíada Brasileira de Matemática das Escolas Públicas**. Disponível em: <www.obmep.org.br/index.htm>. Acesso em: 19 jul. 2018.

REDAÇÃO ADNEWS. **Ranking das marcas que mais engajam nas redes sociais**. Publicado em 17 de Maio de 2017. Disponível em: <<http://adnews.com.br/social-media/Ranking-das-marcas-que-mais-engajam-nas-redes-sociai.html>>. Acesso em: 07 jun. 2018.

RUA, Maria das Graças. **Políticas Públicas**. 2. ed. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2012. 134 p.

SANO, Hironobu; MONTENEGRO FILHO, Mário Jorge França. As técnicas de avaliação da eficiência, eficácia e efetividade na gestão pública e sua relevância para o desenvolvimento social e das ações públicas. **Desenvolvimento em Questão**, [s.l.], v. 11, n. 22, p.35-61, 20 fev. 2013. Editora Unijui. <http://dx.doi.org/10.21527/2237-6453.2013.22.35-61>. Disponível em: <<https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/186>>. Acesso em: 18 maio 2018.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005. 138 p. Disponível em: <https://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia_de_pesquisa_e_elaboracao_de_teses_e_dissertacoes_4ed.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2018.

SILVEIRA, Cláudia Regina; FLÔR, Rita de Cássia; MACHADO, Rosani Ramos. **Metodologia da Pesquisa**. Florianópolis: Publicações do IF-SC, 2011, 149 p.

SOUZA, Rosângela Aparecida; SILVA, Danilo Oliveira. Os paradigmas 4E'S da Gestão Pública: eficiência, eficácia, efetividade e economicidade. In: Simpósio de Ciências Aplicadas da FAIT, 12., 2015, Itapeva/SP. **Artigo**. Itapeva/sp: Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva, 2015. p. 1 - 14. Disponível em: <http://fait.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque_/nQNRcydBfojPkZm_2017-1-17-19-18-27.pdf>. Acesso em: 18 maio 2018.

SOUZA, Queila R.; QUANDT, Carlos O. Metodologia de Análise de Redes Sociais. In: F. Duarte; C. Quandt; Q.Souza (Org.). **O Tempo das Redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008, p.

31-63. Disponível em: < http://www.academia.edu/257818/Metodologia_De_An%C3%A1lise_De_Redes_Sociais >. Acesso em: 31 mar. 2018.

VILELLA, Renata Moutinho. **Conteúdo, Usabilidade e Funcionalidade**: três dimensões para a avaliação de portais estaduais de Governo Eletrônico na Web. 2003. 263f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Disponível em: < <http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/VILELLA%20Conteudo%20Usabilidade%20e%20Funcionalidade.pdf> >. Acesso em: 26 mar. 2018.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de Estudo e de Pesquisa em Administração**. 2. ed. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2012. 160 p.