

Social media in government - Government Information Quarterly 29 (2012) 441–445

Encontrado informações sobre:

- Distinção sobre o que são mídias sociais(o que inclui as redes sociais).
- Áreas de pesquisa de redes sociais e governos
 - Modelo de engajamento cidadão baseado em mídias sociais(Social media-based citizen engagement model)
 - Modelo de compartilhamento de dados baseado em mídias sociais(Social media-based data sharing model)
 - Modelo governamental colaborativo em tempo real baseado em mídias sociais(Social media-based real-time collaborative government model)

Transparency, Participation, Cooperation: A Case Study

Evaluating Twitter as a Social Media Interaction Tool in the

US Open Government Initiative - Kristene Unsworth, Adam Townes - The Proceedings of the 13th Annual International Conference on Digital Government Research

Encontrado informações sobre:

- Caso de estudo sobre a USDA e sua interação com os usuários no Twitter
- Análise de políticas de governo aberto implementadas nesse órgão
- Os resultados da pesquisa mostram que pouca interação ocorre entre a USDA e o público. Sendo a USDA responsável mais pela postagem de tweets, e com o público recebendo pouca ou nenhuma resposta da conta do órgão.
- Análise de grafos das interações da rede do twitter da USDA pode ser observada nesse estudo como evidência do fator explicado acima.

Connecting citizens and local governments? Social media and

interactivity in major U.S. cities - Karen Mossberger , Yonghong Wu, Jared Crawford - Government Information Quarterly 30 (2013) 351–358

Encontrado informações sobre:

- Em 2011 as redes sociais estavam bem mais presentes nos sites governamentais do que em 2009. Das 75 cidades que esse estudo analisou, 87% usou o twitter, em comparação com os 25% no ano de 2009. O aumento do uso do Facebook foi ainda mais expressivo, com 87% das 75 cidades usando em 2011, comparado a 13% que usavam em 2009. Para o Youtube esses números foram de 75% e 16% para esses dois anos, respectivamente. Mesmo que antiga, a informação mostra como os governos adotaram amplamente as redes sociais para comunicação.
- Em 2011 para a maioria dessas 75 cidades foram analisadas se nas suas redes sociais era permitido postar comentários, e se envolviam conteúdo político. No Youtube, 90% das cidades permitiam comentários. Em relação ao conteúdo político, Twitter, Facebook e YouTube tinham conteúdo relevante para políticas (100% dos sites do Facebook e 98% dos sites do Twitter e YouTube).
- Estratégias de mídias sociais por parte de governos: pull, push, networking.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA PARA CIDADANIA NO AVANÇO DAS REDES SOCIAIS OFICIAIS - Amanda da Silva Valença, Danilo Rothberg

Encontrado informações sobre:

- Análise sobre conteúdo das mídias sociais oficiais do Estado de São Paulo.
- Segundo a pesquisa, a grande maioria dos conteúdos das redes sociais analisadas não eram realmente relevantes
- Twitter apareceu como a principal rede social para interação
- Com os 231 textos noticiosos acessados dos perfis oficiais dos governos paulistas nas redes sociais: Youtube, Facebook, Twitter, Orkut; observou-se que o foco dos textos foram para imediatismo e dentro de ações mais visíveis das ações do governo nessas áreas. Sendo que as postagens continham muito pouca informação sobre o contexto dessas políticas públicas divulgadas.
- Mesmo com o twitter sendo a rede que o governo parece ser mais interativo, nesta verificou-se uma padronização das respostas dadas. Em 85% delas, o gestor oficial apenas ofereceu um link para a seção do portal estadual. E em 20% delas as respostas eram idênticas.

Internet, Democracia e Comunicação de Governo -

análise do conteúdo da página do Facebook do Portal

Brasil da Presidência da República - Juliana Pires Ferreira Nogueira, Carlos Potiara Castro

Encontrado informações sobre:

- Análise dos dias 30 de novembro de 2013 e 31 de janeiro de 2014, da página do Facebook Portal Brasil.
- Da análise dos dados 73% dos posts era voltado a divulgação de informações, e 21% deles para a divulgação de atividades das autoridades e eventos realizados pelo governo. O que evidencia o foco da página de prestar serviços.]
- Essa página do Portal Brasil ,na pesquisa, possuía uma política rígida de comentários, com o objetivo de apagar apenas o que fosse ofensivo.
- Cerca de 60% das perguntas feitas foram respondidas. Nas entrevistas com responsáveis pela página esse número não é maior por falta de pessoal e excesso de perguntas.
- Porém o estudo mostrou que o governo está mais voltado para prestar serviço ao cidadão e dar transparência às ações governamentais, e não para incentivar a participação dos cidadãos nas políticas públicas.
- No período do estudo, nenhum post buscou incentivar a participação do cidadão, e apenas 6% visou algum tipo de interação com o usuário das redes.

Administração Pública e Redes Sociais (Facebook e Twitter): análise de casos selecionados - Ana Claudia Farranha, Viviane Silva, João Carlos S. Reis, Thaís Magalhães.

Encontrado informações sobre:

- Estudo do perfil do Ministério do Desenvolvimento Agrário(MDA), Secretaria Especial de Políticas para Igualdade Racial(SEPPIR) e Secretaria para Políticas para as Mulheres(SPM)
- Muita informação para divulgar ações e atividades governamentais, e pouca para publicidade de atos oficiais.

- Para a MDA
 - Pela quantidade de compartilhamentos e curtidas tem-se que o MDA consegue exercer um papel importante de fazer a informação circular, pois a grande maioria das interações dos usuários com a página do MDA foi por meio destas duas formas.
 - No entanto para o comentário, que seria aquele fator mais importante para constatar que o cidadão consegue participar efetivamente do processo, esta representou apenas 1,08% das atuações.
- Para a SEPPIR
 - Para o facebook e o twitter, a pesquisa não conseguiu identificar uma maior interatividade com o público por parte dessa secretaria. O espaço é usado mais para divulgação da informação.
 - No Facebook, as curtidas e compartilhamentos também são predominantes aqui, assim com na MDA. E os comentários são a menor parcela, evidenciando um cenário parecido com o Ministério do Desenvolvimento Agrário.
- Para a SPM
 - No twitter da SPM, é possível observar um maior número de retweets e favoritos do respostas de acordo com o estudo.
 - Novamente um caso parecido com os outros dois órgãos da análise, na qual é predominante a divulgação de informações em relação ao incentivo de participação dos cidadãos.

Resposta do Governo de Santa Catarina

"Olá! Gostaria de solicitar uma relação de usuários bloqueados (em quantidade) e o motivo de cada bloqueio nas redes sociais do governo do estado, separados por rede social. Estamos realizando um trabalho sobre governo aberto e comunicação e o fornecimento desses dados nos auxiliaria muito. Obrigado!"

Pessoas bloqueadas nas redes sociais do Governo de Santa Catarina: Whatsapp - 23 pessoas Facebook - Cerca de 450 pessoas Instagram - 4 pessoas Twitter - 1 pessoa

Não é possível listar o motivo específico de bloqueio de cada uma, mas alguma das regras do termo de uso (texto abaixo) deve ter sido infringida. Termo de uso das redes sociais do Governo do Estado de Santa Catarina Serviços, ações e informações de utilidade pública do Estado são comunicados pelas nossas redes sociais. Os canais também têm a importante finalidade de interação, estreitando a relação com o cidadão catarinense. Estas instruções, portanto, são para você, cidadão. Queremos lembrá-lo que interações em forma de texto, emoji, curtida ou compartilhamento são bem-vindas. Porém, estas estão sujeitas à política de uso. Para que possamos garantir um ambiente agradável e respeitoso, não serão toleradas as seguintes situações: Comentários que contenham material discriminatório, de caráter ofensivo, ilegal, preconceituoso e racista; Comentários que exponham dados pessoais de usuários sem autorização; Comentários com vocabulário chulo ou vulgar; Ameaça, perjúrio, difamação ou qualquer conteúdo inapropriado que viole padrões do Facebook, Instagram, Twitter, Youtube e Tiktok ou da legislação brasileira; Textos, fotos e/ou vídeos de teor pornográfico, violento, rude e grosseiro; Divulgação de promoções, fanpages ou outros perfis, materiais de campanhas eleitorais e propagandas de terceiros; Informações que promovam mentiras, ofenda ou difame o Governo do Estado de Santa

Catarina, usuários e órgãos públicos; Todo conteúdo spam (lixo eletrônico) e flood (postagens iguais e sucessivas); Se estas regras não forem respeitadas, o Governo do Estado de Santa Catarina reserva-se no direito de deletar comentários, e diante da insistência, bloquear usuários. Vale lembrar, ainda, que não nos responsabilizamos por instabilidades e outros problemas eventualmente apresentados pelas redes.