AS MÍDIAS SOCIAIS COMO INSTRUMENTO DE CONTROLE SOCIAL[1]

Izabel Lima dos Santos[2]

RESUMO: Este artigo analisa o uso das mídias sociais pelos habitantes da cidade de Fortaleza, capital do estado do Ceará, como ferramenta de controle social da Administração Pública. O estudo que deu origem a este trabalho tem um caráter exploratório cujos dados foram coletados através de questionário eletrônico. A análise dos dados se deu tanto quantitativa quanto qualitativamente. Os dados permitiram traçar um perfil da população e identificar quais mídias e práticas são adotadas pela população, bem como quais órgãos são acompanhados com maior proximidade. Por fim, constata-se que o uso das mídias sociais para controle social da Administração Pública ainda ocorre de modo irregular e superficial.

Palavras-chave: Controle social. Administração pública. Mídias sociais.

1 INTRODUÇÃO

A Administração Pública e toda estrutura física, humana e burocrática a ela relacionada existe com a função básica de atender as necessidades da coletividade. A fim de cumprir essa importante tarefa é que os entes que integram a Administração Pública planejam e executam uma série de atividades que vão desde atividades administrativas básicas, passando pela execução de grandes obras e projetos e que engloba também, a elaboração e aprovação de leis. Nesses e em todas as demais atividades desenvolvidas a Administração Pública dispõe de elementos, internos e externos aos órgãos que a compõem, de fiscalização.

Entretanto, sabe-se que, por melhor que seja um instrumento de controle, ele sempre está sujeito a lacunas, falhas e imperfeições. É nesse sentido que surge a sociedade civil, agindo de modo organizado (coletivo) e / ou individualmente, como um meio indispensável para atuar como fiscalizadora das ações realizadas pelos entes públicos. Correa (2012, p. 97) chega a afirmar que "o controle social é um pesado fardo a ser carregado pela sociedade civil; por não poder confiar nos governantes, ela se vê obrigada a vigiá-los e, se preciso, puni-los."

Diversos autores (CORREA, 2012; CORREIA, 2005; FERREIRA, 2006) já sinalizaram em suas pesquisas e textos que no contexto brasileiro a prática de controle social ainda é

---

[1] Trabalho apresentado, no ano de 2017, ao Programa de Pós-graduação l*ato sensu* em Gestão Pública, da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), como requisito para obtenção do título de Especialista em Gestão Pública. O trabalho foi orientado pela Prof. Sidenir Niehuns Meurer.

[2] Graduada em Biblioteconomia (UFC) e aluna da Especialização em Gestão Pública na Unisul. Currículo disponível em: orcid.org/0000-0003-0470-9781

incipiente. Esse cenário se deve a pouca maturidade da democracia brasileira. O regime democrático – sistema político ideal para existência e desenvolvimento das práticas de controle social – é uma conquista recente de nosso país. O regime militar que vigorou no país de 1964 a 1985 acabou por, dentre outras tragédias, deixar a população afastada de práticas que estimulam a participação popular nos processos da Administração Pública.

Diante dessa sequela, pesquisar a fim de buscar compreender o entendimento e as práticas da população no tocante a realização (ou não) do controle social contribui para que se tenha uma visão menos turva de nossa democracia e permite que ações possam ser elaboradas a fim de fortalecer a atuação da população nesse âmbito.

Ademais de fortalecer práticas tradicionais de controle social é importante que a Administração Pública esteja presente também em canais "alternativos" de comunicação, como as mídias sociais, por exemplo. Essa presença acaba por ir ao encontro de iniciativas populares que já buscam utilizar esse espaço para questionar o poder público. Diante dessas práticas recentes e, portanto, ainda mais incipientes que o próprio controle social, é que essa pesquisa busca identificar em que medida a população da cidade de Fortaleza, Ceará utiliza as mídias sociais para fiscalização da Administração Pública?

Essa questão deu origem ao objetivo geral deste estudo e que pode ser descrito como: Identificar em que medida a população da cidade de Fortaleza, Ceará utiliza as mídias sociais para fiscalização da Administração Pública. Esse objetivo se divide em três objetivos específicos, a saber:

1. Identificar quais mídias sociais a população de Fortaleza, Ceará utiliza para fiscalizar a Administração Pública;
2. Identificar as práticas realizadas utilizando as mídias sociais que contribuem para fiscalização da Administração Pública por parte população de Fortaleza, Ceará;
3. Analisar a frequência e o impacto do uso das mídias sociais para fiscalização da Administração Pública por parte população de Fortaleza, Ceará.

Questionam-se tais pontos, principalmente, com a finalidade de compreender em que estágio a prática de controle social está e se ela, em alguma medida, já impacta a postura e as ações da Administração Pública. Nesse sentido, este trabalho visa juntar-se a pesquisas semelhantes realizadas por Assis (2012), Bessa (2013), Sampaio, Azevedo e Almada (2010),

dentre outros, a fim de contribuir para a compreensão das práticas de controle social atualmente realizadas no Brasil.

2 CONTROLE SOCIAL

O controle social é uma das possíveis maneiras de acompanhar e verificar o desenrolar das atividades desempenhadas pela Administração Pública. O controle, que pode ser interno e/ou externo, sobre os atos da Administração Pública tem no controle social o ideal de participação popular uma vez que esse tipo de controle "Trata-se de instância política da comunidade de usuários de um serviço público. Para poder bem exercer esse papel é essencial que sua composição abrigue o contraditório das partes interessadas." (PIRES, 2011, p. 61).

A citação anterior demonstra que o controle social deve ser realizado pelo maior número de grupos sociais possível e que essa pluralidade é fundamental para que o mesmo ocorra a contento, ou seja, quanto mais diverso forem os sujeitos envolvidos no processo de controle mais difícil a cooptação dos recursos públicos por grupos que visam desvirtuar sua utilização.

Essa pluralidade é necessária porque cada grupo social têm interesses e demandas diferentes em relação a Administração Pública, logo, acompanhará as ações desenvolvidas por ela a partir de uma perspectiva específica. Ademais, o controle social é um mecanismo de empoderamento de camadas sociais que não ocupam cargos no alto escalão da Administração Pública fornecendo, assim, a possibilidade desses grupos atuarem na arena política.

O controle social está alicerçado em práticas institucionais, uma vez que "Os instrumentos disponíveis para o exercício do controle pela sociedade são os Portais de Transparência, a Lei de Acesso à Informação e a observação atenta aos locais onde são executadas as políticas públicas." (ESCOLA NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, 2015, p. 09). Esse tipo de relação e interação entre os entes responsáveis pelo controle institucional e a sociedade civil permite que as ações da Administração Pública sejam acompanhadas e fiscalizadas de diversos pontos de vista.

Além disso, ao disponibilizar ferramentas que visam facilitar a disseminação de informações aos cidadãos a própria Administração Pública admite que é incapaz de existir de maneira legal e legítima sem a atuação constante e próxima da sociedade civil monitorando suas ações e contribuindo ativamente no processo de tomada de decisão. Sobre essa necessária relação

Lopez e Alencar (2011, p. 259) afirmam que "[...] no estágio atual de desenvolvimento de nossa *práxis* republicana e de nosso ativismo cívico, mecanismos de controle social e de controle burocrático caminham em um sentido complementar e são indispensáveis."

Lopes (2004) afirma que sociedades democráticas têm entre suas características uma forte e constante busca por uma maior participação popular no controle da Administração. Diante da amplitude dessa busca torna-se um tanto quanto esperado indagar o quanto as mídias sociais, foco do capítulo seguinte deste texto, têm se tornado ou não espaço fértil para o desenvolvimento do controle social.

3 INTERNET E MÍDIAS SOCIAIS

Ademais dos caminhos formais, criados e fomentados institucionalmente, a sociedade civil pode fazer uso de outros canais e ferramentas para realizar o controle social. Nesse sentido, a Escola Nacional de Administração Pública (2015) elenca como formas de controle social de iniciativa da sociedade civil os grupos organizados de controle social, as manifestações e as redes sociais.

As redes sociais, também denominadas de mídias sociais e de sites de redes sociais são "[...] sistemas que permitem i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator." (BOYD; ELLISON, 2007 *apud* RECUERO, 2009, p. 102).

Corroborando essa visão tem-se o trabalho de Silva *et al.* (2015, p. 175) quando estes afirmam que as mídias sociais são compostas por

> [...] uma ampla diversidade de meios de comunicação (mídia, portanto), baseados na Internet, que visam proporcionar um ambiente de participação e interação por parte do usuário, proporcionando-lhe a possibilidade de gerar, ampliar, enriquecer, organizar ou modificar as informações e conteúdos veiculados por essa mídia.

Esse nível de interação só foi possível com o desenvolvimento das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (NTIC) e da internet. Essas tecnologias evoluíram a ponto de permitir o desenvolvimento de espaços de comunicação com significativas possibilidades de interação e de fácil manuseio. Essa facilidade permite que sujeitos dos mais diferentes níveis sociais passem a utilizar esse espaço para estabelecer relações, buscar e divulgar informações.

Esse processo de reunião dos sujeitos em torno de temas que despertam seu interesse e a consequente formação de redes não é uma novidade, pois, como afirma Capra (2008, p. 17) "[...] por muito tempo, 'construir redes' tem sido uma das principais atividades de organizações políticas de base. […] vários […] movimentos de base política e cultural têm se organizado como redes que ultrapassam fronteiras nacionais."

Entretanto, as mídias sociais trouxeram novos ingredientes que possibilitam uma circulação maior e mais rápida de conteúdo entre sujeitos, muitas vezes, distantes geograficamente. Como o próprio Capra (2008, p. 18) diz "com as novas tecnologias de informação e comunicação, as redes se tornaram um dos fenômenos sociais mais proeminentes de nossa era."

Essa proeminência repercutiu em todos os setores sociais e fez com que as mídias sociais fossem adotadas, o que não significa que seu uso esteja normatizado, pelos muitos agentes da Administração Pública, tais como a Câmara dos Deputados, o Senado, o gabinete da Presidência da República, Ministérios, dentre outros órgãos, e também pela sociedade civil. (SILVA *et al.*, 2015). Essa adoção nem sempre se reflete em real interação entre Administração Pública e sociedade, como indica o trabalho de Tavares ([2012]), mas apesar da fragmentação e do uso ainda desorganizado, essas ferramentas "[...] têm influenciado decisivamente o processo de transformação da sociedade brasileira, em especial o estabelecimento de uma nova cultura política, que propugna pela participação política baseada na conscientização e não simplesmente no dever cívico do voto." (DUARTE, 2007, p. 102).

Essa nova cultura política que está sendo construída está pautada na rápida circulação de conteúdo e no uso desses espaços para acompanhar quase que em tempo real os atos desempenhados pelos entes públicos, além de usar as ferramentas proporcionadas por essas tecnologias para denunciar situações que não estão de acordo a conduta esperada da Administração Pública e dos seus entes formadores.

Apesar desse uso já ter sido percebido pelos diversos setores que integram a sociedade ainda não está claro se essas práticas possuem intensidade e constância suficiente para influenciar a conduta da Administração Pública em larga escala. Também não está claro se a população faz uso regular desses canais e se os enxerga como espaço político capaz de influenciar os rumos das decisões públicas.

Esse potencial já foi percebido, inclusive, por órgãos da Administração Pública como indica a pesquisa TIC Governo Eletrônico 2015. Nela evidenciou-se que em todas as regiões do país, ao menos 60% das prefeituras possuem perfil nas mídias sociais. Além disso, 74% dos órgãos estaduais e 92% dos federais possuem perfis nesses espaços. (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2016).

Se os órgãos que integram a estrutura formal e burocrática do Estado já estão presentes nas mídias sociais, o que dizer então da sociedade civil? Estima-se que o brasileiro passe cerca de 650 horas mensais navegando em mídias. Visando contribuir para compreensão dos usos que a sociedade civil faz dessas ferramentas para controle social é que esse trabalho surge. Compreender a abrangência desses usos é importante para aprimorar canais de comunicação já existentes e subsidiar o desenvolvimento do uso dessas mídias como mais um espaço usado para controle da Administração Pública pela sociedade.

4 METODOLOGIA

A pesquisa acadêmica e científica, para ser considerada como tal, precisa, necessariamente, ser desenvolvida a partir de uma série de métodos que visam dotá-la de rigor e assegurar sua fidedignidade e qualidade.

No que se refere especificamente a esse trabalho pode-se afirmar que a pesquisa aqui apresentada pode ser considerada uma pesquisa pura empírica, pois busca ampliar conhecimentos acerca de um fenômeno através da coleta direta de dados junto a população. Ademais, essa pesquisa possui um caráter exploratório uma vez que trata-se de uma sondagem acerca do tema pesquisado não possuindo, a princípio, variáveis e hipóteses estruturados acerca do tema pesquisado (MORESI, 2003).

A coleta de dados foi realizada através de questionário eletrônico disponibilizado via mídias sociais. O questionário é definido por Moresi (2003, p. 30) como sendo "[...] uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante". Ainda sobre esse instrumento, Will (2016, p. 50) afirma que ele "[...] tem a vantagem de ser aplicado a um grande número de pessoas ao mesmo tempo." Essa vantagem tende a ser ampliada com o uso do questionário eletrônico uma vez que esse formato facilita e intensifica a divulgação do instrumento de coleta de dados.

Os sujeitos dessa pesquisa foram os habitantes da cidade de Fortaleza, capital do estado do Ceará. A coleta de dados foi realizada no período de 19 de março de 2017 a 15 de abril de 2017. O questionário eletrônico usado nesse processo teve seu link de acesso divulgado sucessivas vezes no Facebook, Twitter, LinkedIn e Google Plus. Além de perfis pessoais, o questionário foi compartilhado em grupos e páginas, independente de sua temática, cujos integrantes habitassem na cidade de Fortaleza. Essa medida visava atingir um maior e mais diverso número de respondentes..

Cabe destacar que a magnitude do número de sujeitos passíveis de participarem da pesquisa, uma vez que Fortaleza possui, aproximadamente, 2.609.716 de habitantes (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2016), impossibilitou a coleta de dados junto a totalidade dos mesmos. O objetivo inicial era atingir um total de 204 respondentes, entretanto, finalizado o período de coleta esse número não foi atingido, tendo o questionário sido respondido por 76 pessoas. Esse aspecto somado ao fato de que essa pesquisa busca sondar o comportamento dos sujeitos fez com que optasse-se pelo uso de uma amostra não probabilística. Acerca desse tipo de amostra Will (2016, p. 48) diz que "[...] os resultados [coletados] só fazem referência, com certeza, à própria amostra […] Os resultados de uma enquete são sempre "indicativos" e nunca definitivos."

O uso desse instrumento permitiu a coleta de dados que subsidiaram uma análise tanto quantitativa como qualitativa dos sujeitos pesquisados, respondendo o problema de pesquisa anteriormente exposto e contribuindo para ampliação da compreensão da conduta da população em relação a realização do controle social.

5 MÍDIAS SOCIAIS NO CONTROLE SOCIAL DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

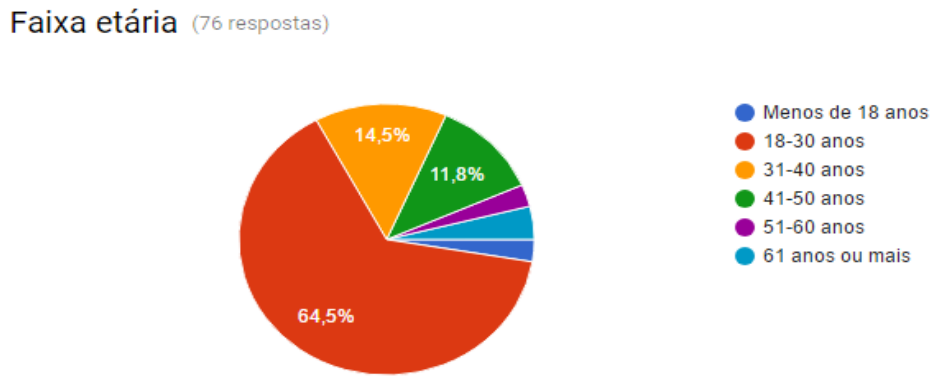
O questionário eletrônico que permitiu a coleta dos dados aqui analisados era composto por dez questões que alternavam entre abertas e fechadas (múltipla escolha). Nessa últimas, dependendo do objetivo da questão, era possível assinalar mais de uma resposta.

As primeiras três questões buscavam traçar um perfil básico dos respondentes. A primeira delas dizia respeito ao gênero dos participantes da pesquisa. Nela observa-se que 72,4% (55 pessoas) dos respondentes eram do gênero feminino, sendo os outros 27,6% (21 pessoas) do masculino.

Os percentuais obtidos nessa primeira pergunta diferem quantitativamente do indicado em pesquisas sobre uso da internet no país. Estudos, como o divulgado em 2016 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) indicam que 54,7% dos usuários de internet no Brasil são mulheres contra 54,1% de usuários homens (SARAIVA, 2016). Com base nisso esperava-se uma quantidade mais equilibrada entre o gênero dos respondentes. Entretanto, apesar da diferença, as mulheres aparecem como maior grupo de usuários em ambas as pesquisas.

A segunda pergunta do questionário buscava estabelecer a faixa etária dos participantes da pesquisa. A partir das respostas tem-se o seguinte cenário: 64,5% dos respondentes têm entre 18-30 anos; 14,5% têm entre 31-40 anos; 11,8% têm entre 41-50 anos; 3,9% têm 60 anos ou mais e tanto os grupos com menos de 18 anos e daqueles que têm entre 51-60 anos são formados por 2,6% dos respondentes cada. O gráfico a seguir ilustra esses dados.

Gráfico 1 - Faixa etária dos respondentes



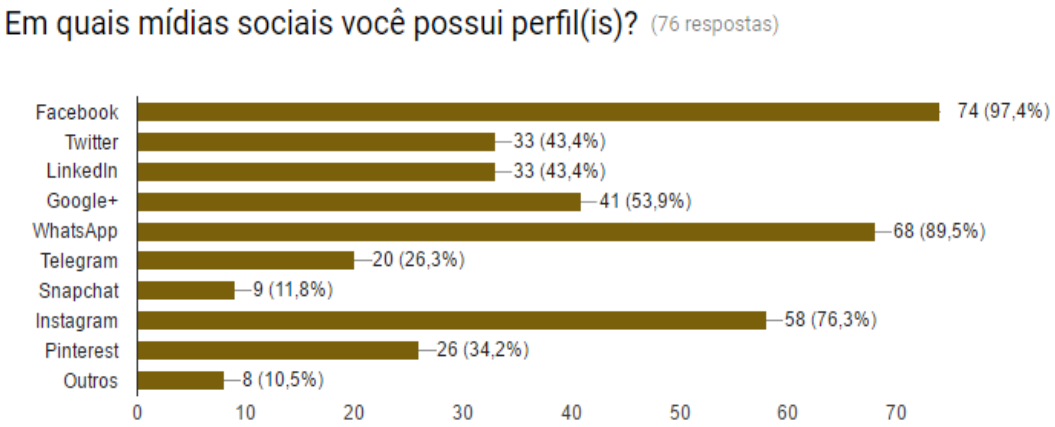
Fonte: Elaborado pela autora.

Esses dados mostram semelhança com o cenário identificado pela IBGE e que aponta para presença crescente de todas as faixas etárias na internet e mídias sociais, sendo o grupo dos indivíduos entre 20 e 24 anos o que apresenta maior crescimento (SARAIVA, 2016). A única disparidade identificada foi a pouca presença de respondentes com menos de 18 anos uma vez que 81,8% dos indivíduos dessa idade usam a internet, mas apenas 2,6% dos respondentes (2 pessoas) do questionário estão nessa faixa etária.

A terceira pergunta permitia que mais de um item fosse assinalado e buscou identificar as mídias sociais nas quais os respondentes possuem perfil. As três mídias sociais mais usadas são

Facebook (97,4%), WhatsApp (89,5%) e Instagram (76,3%). O gráfico a seguir expõe a totalidade das respostas relativas a essa questão.

Gráfico 2 - Mídias sociais usadas pelos respondentes



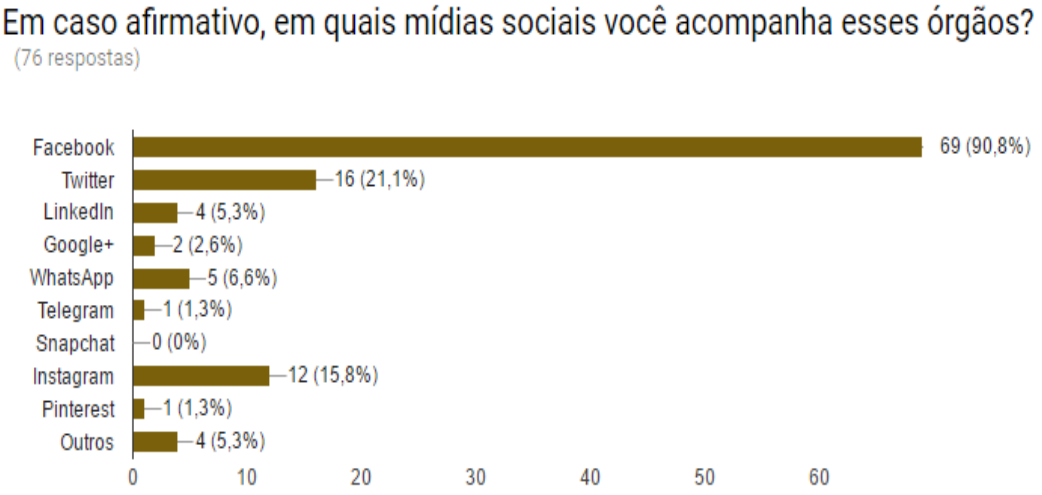
Fonte: Elaborado pela autora.

Como pode-se observar todas as mídias sociais, incluindo a alternativa “Outros”, foram citadas, por, no mínimo, oito respondentes diferentes. Apesar do predomínio das três mais citadas, percebe-se que há uma dispersão dos participantes por mídias com estruturas, objetivos e dinâmicas diversas. Vale também destacar que nenhuma mídia foi assinalada por todos os respondentes o que, por si só, indica a necessidade da Administração Pública se fazer presente em diferentes canais a fim de acompanhar as demandas da sociedade.

A quarta pergunta do questionário foi a primeira a interrogar acerca da relação dos respondentes com a Administração Pública. Ela perguntava se os participantes acompanhavam ou não esses órgãos através das mídias sociais. A maioria (89,5%) respondeu afirmativamente a essa questão. Dos demais 7,9% disseram não acompanhar e 2,6% disseram não ter certeza se acompanham.

Na questão seguinte buscou-se identificar em quais mídias sociais os que responderam afirmativamente a quarta questão acompanham os órgãos da Administração Pública. As mídias mais citadas foram Facebook (90,8%), Twitter (21,1%) e Instagram (15,8%). O gráfico abaixo apresenta todas as respostas obtidas neste item.

Gráfico 3 – Mídias sociais onde os órgãos públicos são acompanhados



Fonte: Elaborado pela autora.

Diferente do gráfico anterior, nessa questão há maior concentração em uma mídia social. Pode-se observar também que duas das mídias (WhatsApp e Instagram) com maior número de usuários não são tão fortemente usadas para acompanhamento das ações da Administração Pública. Esse fato indica que os respondentes segmentam os usos que fazem das mídias.

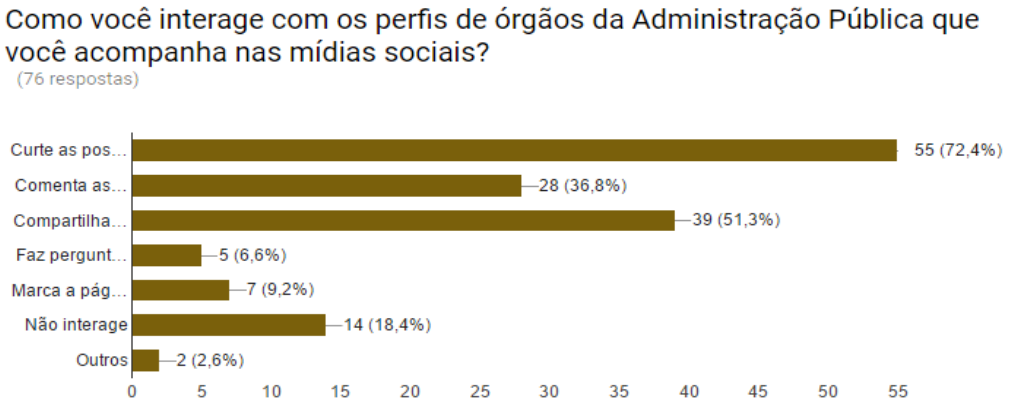
Os usuários que disseram possuir perfil no Twitter quase metade também disse usar essa mídia para acompanhar as ações da Administração Pública. Isso fez com que essa mídia fosse a segunda mais usada para realização de controle social, apesar de não figurar entre aquelas nas quais a maior parte dos respondentes possui perfil.

Um dado curioso é que o Snapchat não foi indicado por nenhum respondente como canal usado para acompanhar a Administração Pública. Isso, provavelmente, advém do fato de poucos órgãos possuírem perfil nessa mídia, do formato efêmero de suas postagens, uma vez que elas desaparecem em 24 horas e dela ser utilizada, principalmente, para fins recreativos o que, provavelmente, torna mais difícil associá-la a práticas tidas como "sérias" como é o caso do controle social.

A sexta questão indagava sobre os modos como a interação indicada anteriormente ocorria. Buscou-se saber se essa interação se dava de modos e níveis diferentes e cada respondente poderia assinalar quantos itens correspondessem ao seu comportamento. A forma de interação apontada pelas maiorias dos respondentes foi "curtir as postagens" tendo sido

assinalada por 72,4% dos respondentes. O gráfico a seguir apresenta os totais das respostas obtidas.

Gráfico 4 - Tipos de interação realizados pelos respondentes



Fonte: Elaborado pela autora.

A partir dos dados obtidos nessa questão é importante frisar o percentual de respondentes (51,3%) que indicou que compartilha as postagens realizadas por órgãos da Administração Pública. Essa prática indica que os respondentes atuam como disseminadores desse conteúdo. Essa prática é importante porque contribui para que as iniciativas públicas atinjam um maior número de pessoas, principalmente aquelas que não acompanham diretamente os perfis desses órgãos.

Interações com um caráter mais incisivo, tais como comentar as postagens (36,8%) e enviar perguntas via chat (6,6%), ainda são minoria dentre as interações realizadas. Isso indica que apenas a minoria dos respondentes utiliza o espaço das mídias sociais para estabelecer um diálogo mais concreto com a Administração Pública.

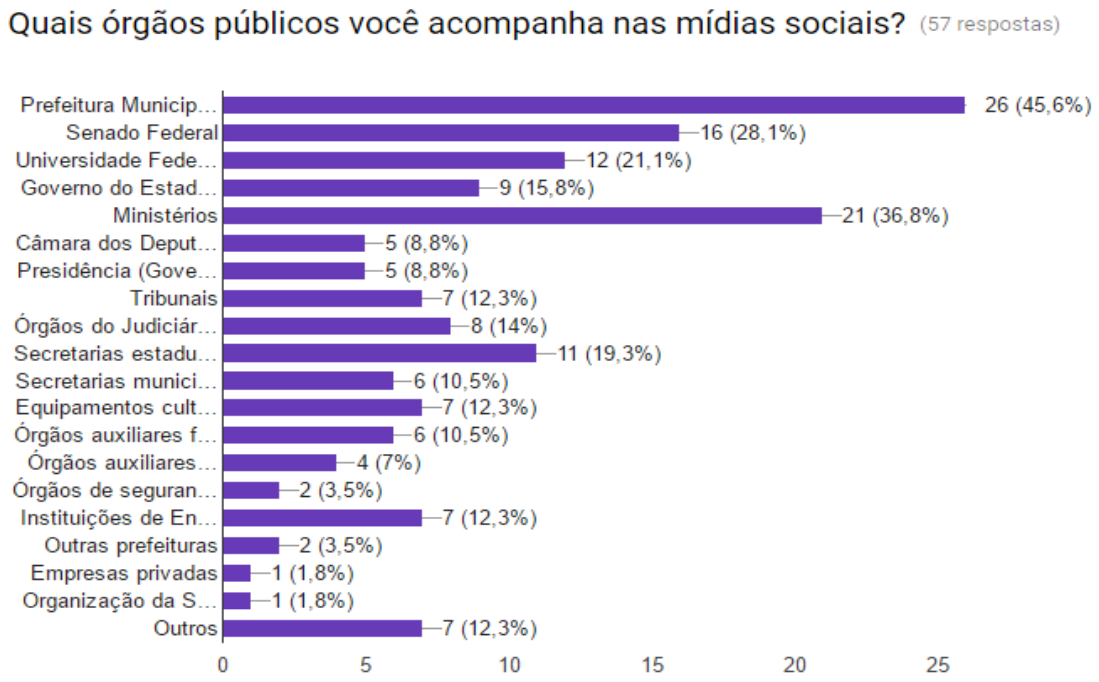
A sétima questão, de resposta não obrigatória, foi respondida por 57 participantes e pedia que eles listassem os órgãos públicos que acompanham nas mídias sociais. Optou-se por deixar essa questão no formato aberto (onde os participantes escreviam sua resposta livremente) por ser inviável listar todos os órgãos públicos e também para que os participantes inserissem aqueles dos quais realmente se lembraram e que consideram como integrantes da Administração Pública.

O órgão mais citado foi a Prefeitura Municipal de Fortaleza (PMF) tendo sido indicada por 26 pessoas o que corresponde a 45,6% dos respondentes dessa questão. Esse predomínio de citações a Prefeitura Municipal já era esperado uma vez que o questionário teve como foco

habitantes do município de Fortaleza. Além da PMF, outros órgãos que foram citados específica e significativamente foram o Senado Federal (16 pessoas), a Universidade Federal do Ceará (12 pessoas) e o Governo do Estado do Ceará (9 pessoas).

O gráfico a seguir, elaborado para facilitar o agrupamento e visualização das respostas obtidas, resume o cenário encontrado.

Gráfico 5 - Órgãos acompanhados nas mídias sociais pelos respondentes



Fonte: Elaborado pela autora.

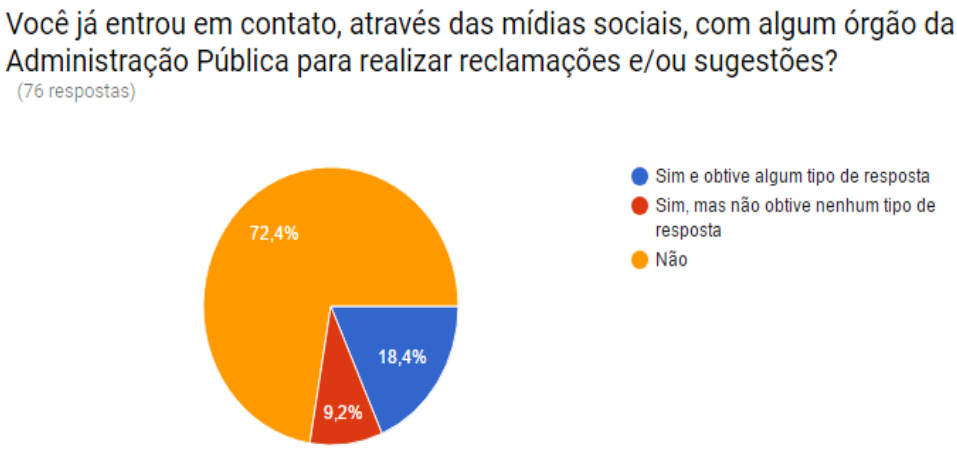
Como pode-se perceber a exceção dos quatro órgãos indicados anteriormente há certa dispersão nas instituições públicas acompanhadas pelos respondentes. Exemplo disso é o item do gráfico intitulado “Ministérios” que reúne as respostas de todas as pessoas que disseram acompanhar algum dos ministérios nas mídias sociais. Foram citados vários ministérios e/ou órgãos com esse status diferentes, dentre eles o Ministério da Cultura, Ministério da Educação, Ministério da Saúde e etc., sendo que alguns respondentes indicaram acompanhar mais de um desses órgãos.

Essa situação se repete no tocante a órgãos da Administração Pública estadual e municipal como ilustram os itens “Secretarias estaduais” e “Secretarias municipais” presentes no gráfico. Legislativo, Executivo e Judiciário experimentaram esse fenômeno indiscriminadamente.

Nessa questão chama atenção também o fato de que a Câmara dos Deputados, tenha sido citada nominalmente tão poucas vezes e diferente dos holofotes recebidos pela Prefeitura Municipal e o Governo do Estado, a Câmara de Vereadores e a Assembléia Legislativa não foram explicitamente citadas nenhuma vez. O mais próximo que se chegou de uma menção a elas foi a resposta genérica "órgãos legislativos" (que foi agrupada na categoria "Outros") dada por apenas um respondente e que não deixa clara quais órgãos legislativos seriam esses. Além dessa resposta a categoria "Outros" engloba as situações em que participantes escreveram "outros", "etc." e similares em suas respostas abertas.

A oitava questão indagava sobre a possibilidade dos respondentes já terem entrado em contato direto com a Administração Pública através das mídias sociais. As respostas obtidas, apresentadas no gráfico a seguir, mostram que as mídias sociais ainda são pouco usadas como um canal de comunicação direta entre população e Administração, pois a ampla maioria dos respondentes nunca fez uso desse meio para realizar reclamações e/ou sugestões diretas aos órgãos públicos.

Gráfico 6 - Realização de contato com órgãos públicos via mídias sociais



Fonte: Elaborado pela autora.

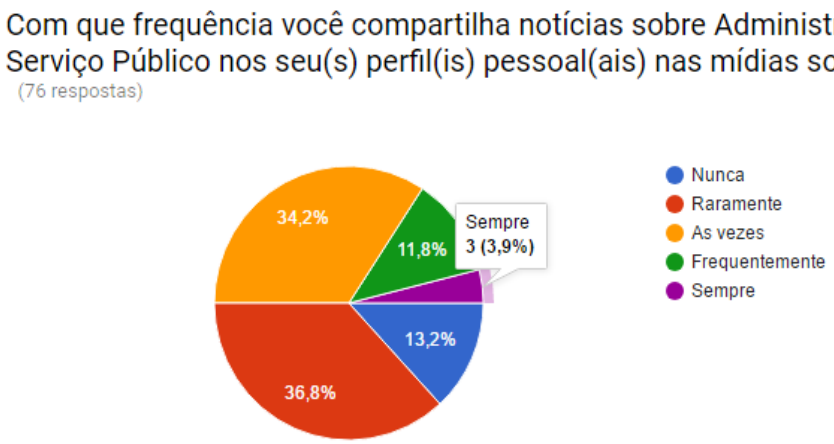
Apesar de ainda não ser encarada como um canal para comunicação direta é significativo notar que 18,4% dos respondentes já utilizaram as mídias sociais para expressar suas demandas diretamente e que obtiveram resposta para elas. Isso indica que tanto a população quanto os órgãos públicos começam a expandir o uso dessas ferramentas.

A penúltima questão interrogou aos respondentes sobre o nível de compartilhamento de notícias sobre Administração Pública por eles realizado. Essa questão visava identificar de um

modo mais claro se eles atuavam como disseminadores do conteúdo publicado pelos órgãos públicos.

As respostas aqui obtidas ajudam a sustentar o que parte das respostas dadas à questão sexta questão. Nela 51,3% dos respondentes que compartilha informações postadas especificamente pelos perfis vinculadas a Administração Pública. Já na nona questão percebe-se que, além do conteúdo oficial, a população dissemina conteúdo originário de outras também fontes, uma vez que o percentual que indicou compartilhar esse tipo de material foi de 86,7% (soma dos percentuais das opções raramente, às vezes, frequentemente e sempre). O gráfico a seguir apresenta os dados coletados nessa questão de maneira detalhada.

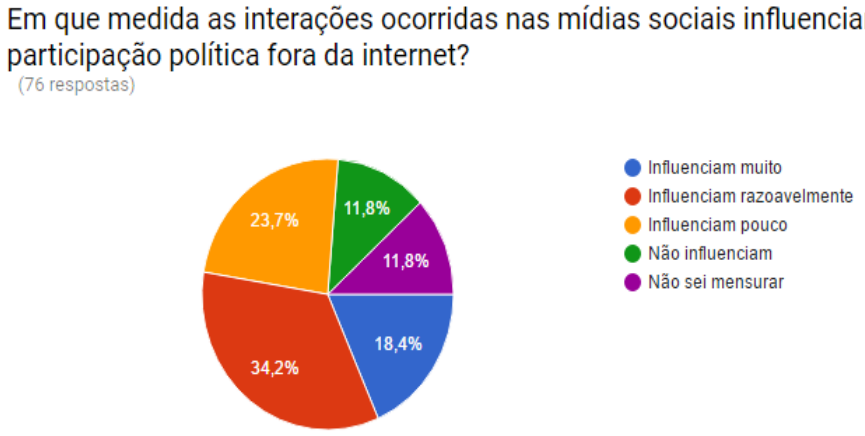
Gráfico 7 - Frequência de compartilhamento de notícias sobre Administração Pública



Fonte: Elaborado pela autora.

A décima e última pergunta do questionário indagou sobre o nível de influência das condutas online nas práticas *offline* dos respondentes. As respostas obtidas indicam que as interações e práticas online influenciam em alguma medida o comportamento de 76,3% (percentual obtido através da soma dos valores das opções “influenciam muito”, “influenciam razoavelmente” e “influenciam pouco”) dos respondentes. Os percentuais detalhados podem ser visualizados no gráfico a seguir.

Gráfico 8 - Influência da interação *online* nas práticas *offline* dos respondentes



Fonte: Elaborado pela autora.

As respostas obtidas nos fornecem um indicativo de que as práticas online e offline se retroalimentam. Isso indica que o acompanhamento online das ações realizadas pela Administração Pública pode levar uma pessoa a passar acompanhar essas instituições também fora do mundo online fazendo com que a publicização das condutas online em canais tidos como informais, tais como as mídias sociais, fornece material para que os canais offline, tidos como formais, sejam conhecidos e acionados pela população quando esta julgar conveniente fazê-lo.

As respostas obtidas, ainda que referentes a um pequeno universo, permitem perceber que as mídias sociais já começam a ser usadas como um canal de acompanhamento das ações da Administração Pública. No momento, esse acompanhamento ainda é superficial e pautado em ações unilaterais ou com baixo nível de interação. Observa-se também que a abrangência de órgãos acompanhados ainda é baixa, concentrando-se em órgãos do executivo local - a Prefeitura Municipal de Fortaleza - e em uma das casas legislativas nacionais, no caso, o Senado Federal.

Esse comportamento indica que existem lacunas significativas no controle social realizado por meio dessas ferramentas. Essas lacunas ilustram tanto o potencial de crescimento da prática de controle social através das mídias sociais quanto a necessidade de práticas de controle social externas a essas mídias que atuem nessas lacunas a fim de evitar desvios.

O que os dados coletados permitem concluir é que a prática de controle social através das mídias sociais, ao menos no contexto da cidade de Fortaleza, Ceará, ainda ocorre de maneira incipiente. Se por um lado notar o ainda pouco impacto e disseminação do uso das mídias sociais como instrumento de controle pública é preocupante; por outro, notar a existência desse tipo de uso num país cujo acesso a internet só iniciou-se de modo amplo em meados de 1995 é motivo

de regozijo. Perceber que aos poucos a sociedade vai descobrindo mais esse canal de acompanhamento dos atos da Administração Pública indica que, ainda que vagarosamente, nossa democracia começa a amadurecer.

6 CONCLUSÃO

A coleta e análise dos dados realizada neste trabalho permitiu contato com um cenário já sinalizado por pesquisas anteriores, como a realizada por Tavares ([2012]), e que também apontaram o fato de que a interação existente atualmente entre sociedade civil e Administração Pública através das mídias sociais ainda se dá de maneira superficial e insuficiente. No tocante a este estudo isso fica evidente no tipo de interação praticada, com predomínio do contato por meio de "curtidas" ou similares, e também no que se refere a pouca amplitude dos órgãos acompanhados o que acaba por gerar um desequilíbrio no nível de distribuição de atenção que se dá a órgãos e poderes.

Entretanto, este trabalho, assim como o de Duarte (2007), sinaliza a existência de tentativas por parte da sociedade de maior interação e indica que a conduta no meio digital já impacta as ações no meio analógico, ou seja, o controle social já praticada, apesar de estar em seus primórdios, já começa a extrapolar o espaço online e começa a pautar ações offline. Isso pode indicar que, a médio e longo prazo, mecanismos existentes no meio online e offline passem a atuar com maior proximidade passando, assim, a repercutirem de modo mais firme nos rumos que a Administração Pública adotará.

Os dados aqui expostos indicam a necessidade de realização de maiores estudos sobre o tema. Faz-se necessário mapear o comportamento das populações em outros contextos geográficos e sociais. Também é de suma importância acompanhar o comportamentos dos órgãos públicos no contexto das mídias sociais: Será que eles estão presentes nesse espaço? E qual a qualidade dessa presença? Estão esses órgãos atuando de modo a incentivar a interação popular com eles por meio das mídias sociais?

A busca por resposta a essas e outras questões, juntamente com maior aprofundamento do estudo aqui realizado, podem contribuir tanto para uma melhor compreensão do cenário quanto para a construção de ações que colaborem para expansão do uso das mídias sociais como meio legítimo e formal para o exercício do controle social.

ABSTRACT: *This paper analyzes the use of social media by the dwellers of Fortaleza, capital of the state of Ceará, as a tool for social control of Public Administration. The study that gave origin to this work has an exploratory character whose data were collected through an electronic questionnaire. Data analysis took place both quantitatively and qualitatively. The data allowed to draw a profile of the population and identify which media and practices are adopted by the dwellers, as well as which public organs are monitored with greater proximity. Finally, it is verified that the use of social media for social control of the Public Administration still occurs in an irregular and superficial way.*

Keywords*: Social control. Public administration. Social media.*

REFERÊNCIAS

ASSIS, Issac de Souza. **Controle social na administração pública municipal**. 2012. 15 f. TCC (Especialização em Gestão Pública). Universidade do Sul de Santa Catarina, 2012. Disponível em: <http://www.cristianootoni.cam.mg.gov.br/artigo_controle_social.pdf> Acesso em: 31 jan. 2017.

BESSA, Luiz Fernando Macedo. **Aspectos conceituais da governança e o uso das mídias sociais**. 2013. Disponível em: <http://repositorio.fjp.mg.gov.br/consad/handle/123456789/871 > Acesso em: 14 out. 2016.

CAPRA, Fritjof. Apresentação. *In*: DUARTE, Fábio; SQUANDT, Carlos; SOUZA, Queila. **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008. p. 13-16.

CORREA, Luciana Flôr. **Gestão de políticas públicas**: livro digital. Palhoça: UnisulVirtual, 2012.

CORREIA, Maria Valéria Costa. **O conselho nacional de saúde e os rumos da política de saúde brasileira:** mecanismo de controle social frente às condicionalidades dos organismos financeiros internacionais. 2005. 343 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) – Universidade Federal de Pernambuco, 2005. Disponível em: <http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/9680> Acesso em: 13 out. 2016.

DUARTE, Márcia Yukiko. Comunicação e cidadania. *In*: Duarte, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007. 11 p.

ESCOLA NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA. **Controle Social**: Módulo 1: Introdução e conceitos básicos. Brasília, 2015.

FERREIRA, Dimas Enéas Soares. **Experiências recentes de controle social sobre o processo de orçamentação pública municipal no Brasil**. Brasília: ESAF, 2006. Disponível em: <http://www3.tesouro.fazenda.gov.br/Premio_TN/XIpremio/sistemas/2tosiXIPTN/2premio_tosi.pdf> Acesso em: 13 out 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. 2016. Disponível em: <http://cod.ibge.gov.br/5Z1> Acesso em: 28 out. 2016.

LOPES, Márcia Bezerra Gadelha. **Controle social:** a participação popular no processo de fiscalização e aplicação dos recursos públicos. 2004. 73 f. Monografia (Especialização em Controle Externo) - Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2004.

LOPEZ, Felix Garcia; ALENCAR, Joana Luiza Oliveira. É o controle social uma alternativa crível para controlar a burocracia? *In*: CARDOSO JUNIOR, José Celso; PIRES, Roberto Rocha C. **Gestão pública e desenvolvimento:** desafios e perspectivas. Brasília: IPEA, 2011. p. 257-264.

MORESI, Eduardo (Org.). **Metodologia da Pesquisa**. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2003.

PIRES, Alexandre Kalil. Participação social em organizações pública. *In*: CARDOSO JUNIOR, José Celso; PIRES, Roberto Rocha C. **Gestão pública e desenvolvimento:** desafios e perspectivas. Brasília: IPEA, 2011. p. 57-65.

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

SAMPAIO, Rafael Cardoso; AZEVEDO, Dilvan Passos de; ALMADA, Maria Paula. Esfera civil e eleições 2010: Uma análise de iniciativas online para maior controle civil. In: ENCONTRO DA COMPOLÍTICA, 4., 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2011. 21 p. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Rafael-Sampaio-et-alii.pdf> Acesso em: 14 out. 2016.

SARAIVA, Alessandra. Mais da metade da população brasileira acessa a internet, aponta IBGE. **Valor Econômico**, São Paulo, 06 abr. 2016. Disponível em: <http://www.valor.com.br/brasil/4513070/mais-da-metade-da-populacao-brasileira-acessa-internet-aponta-ibge> Acesso em: 21 abr. 2017.

SILVA, Adriano Santos Rocha *et al.* Mídias sociais na administração pública: um estudo sobre a utilização do Facebook pelos municípios do Recôncavo do estado da Bahia – Brasil. **Tourism & Management Studies**, v. 11, n. 2, p. 174-181, 2015. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/tms/v11n2/v11a2n20.pdf> Acesso em: 28 out. 2016.

TAVARES, Carpegiane da Silva. Internet, ferramenta de controle popular, combate à corrupção e à improbidade administrativa. In: CONCURSO DE ARTIGOS CIENTÍFICOS DA ASBAN E DO FOCCO/GO, [2011], Goiás. **Anais...** Goiás: Fórum Permanente de Combate à Corrupção, [2012]. 20 p. Disponível em: <http://www.prgo.mpf.mp.br/foccoantigo/artigos/CARPEGIANE-DA-SILVA-TAVARES.pdf> Acesso em: 28 out. 2016.

WILL, Daniela Erani Monteiro. **Metodologia da pesquisa científica**: livro digital. Palhoça: UnisulVirtual, 2016.