
Índice de Participação Política e Influência: um olhar sob as plataformas digitais da Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen - RS¹

Vitor Mateus WELZEL²

Daniel Reis SILVA³

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

RESUMO

O trabalho tem como objetivo refletir sobre a e-participação dentro das plataformas digitais da Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen-RS. Teoricamente, o artigo é pautado ancorado em três pilares: as discussões sobre Comunicação Pública, sobre Democracia Digital e sobre e-participação. Sua metodologia foi pautada em uma análise qualitativa, na qual, por meio da análise e mensuração da Fanpage no Facebook e do Site da Prefeitura, foram tecidas análise sobre duas dimensões do Índice de Participação Política e Influência (Araújo, Penteadó e Santos, 2015): o uso de recursos da internet/TIC's e tipos de webativismo e plano estratégico de ação. Como resultados obteve-se um diagnóstico preliminar acerca da comunicação digital da Prefeitura, no qual se insinua um cenário preocupante no que toca a e-participação.

PALAVRAS-CHAVE: E-participação; Comunicação Pública; Democracia Digital; Redes Sociais; mensuração.

1. INTRODUÇÃO

A democracia marca seus 30 anos no Brasil, uma forma de governo que “no sentido etimológico da palavra, significa o ‘governo do povo’, o ‘governo da maioria’” (ROSENFELD, 2003). Isso faz ressaltar o relacionamento Governo-cidadão, o qual, atualmente, é influenciado pelo digital e por ferramentas *onlines*. Acerca do tema, Araújo, Penteadó e Santos (2015, p.1597) ressaltam que “as TICs têm modificado o processo de produção de bens materiais e imateriais; exercido influência direta nos sistemas políticos, ao possibilitar novas formas de atuação e ação; e produzido novos valores sociais, culturais, econômicos ou políticos”.

¹ Trabalho apresentado na IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas – Bacharelado da UFSM - FW, e-mail: vitor_welzel@hotmail.com.

³ Orientador e Professor Adjunto do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM - FW, e-mail: daniel.rs@hotmail.com.

Diante disso, conceitua-se a e-participação a partir de que Meijer, Burger, Ebbers (2009 *apud* Araújo, Penteadó e Santos, 2015, p. 1603)

“A internet oferece diferentes oportunidades para os cidadãos intervirem e atuarem na vida política, criando mecanismos para o desenvolvimento de uma participação *on-line* (e-participação), pela qual o uso das ferramentas das TICs possibilita o envolvimento da sociedade civil na busca de soluções para alguns dos problemas da sociedade.”

A partir dessa definição, o presente trabalho tem como problema de pesquisa o questionamento sobre como as plataformas digitais são utilizadas pela Prefeitura de Frederico Westphalen para estimular a e-participação. Seu objetivo primário, assim, é refletir sobre como acontece a e-participação dentro das plataformas digitais da Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen-RS, a partir das Dimensões “1 - Uso dos recursos da internet/TICs” e “3 - Tipos de webativismo e plano estratégico de ação” do Índice de Participação Política e Influência (IPPI), criado pelos autores Araújo, Penteadó e Santos (2015).

Em termos específicos, o trabalho propõe traçar um mapeamento preliminar das plataformas digitais utilizadas pela Prefeitura de Frederico Westphalen, analisando se há preocupação da Administração municipal em estabelecer a e-participação com os munícipes. Mais ainda, procura-se refletir sobre a e-participação em Administrações Municipais de municípios do interior, que possuem, em geral, menor difusão de iniciativas democráticas digitais – cenário no qual se torna necessário reexaminar as características do relacionamento Governo-cidadão.

O presente artigo é organizado a partir de três movimentos. No primeiro, de caráter teórico, são explorados aspectos sobre a conceituação e contextualização da Comunicação Pública, a partir de autores como Zémor (2009) e Pimenta (2015), e sobre Democracia Digital e e-participação, por meio de trabalhos como os de Araújo, Penteadó e Santos (2015) e Silva, Bragatto e Sampaio (2017).

O segundo movimento descreve os aspectos metodológicos da pesquisa. Para realizar a investigação proposta, o objeto escolhido foi a Prefeitura de Frederico Westphalen, município situado no Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, com aproximadamente 31.120 mil habitantes (2018)⁴. Acerca desse objeto, o trabalho limitou-

⁴ Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/federico-westphalen/panorama>. Acesso em: 26/10/2018

se a trabalhar com um *corpus* que contemplava as redes sociais da Prefeitura Municipal, que foram mapeadas para fins de pesquisa. A metodologia da pesquisa deu-se por meio de uma abordagem qualitativa, sob a análise e mensuração da Fanpage no Facebook e do Site da Prefeitura, a partir das Dimensões um (1) e três (3) do Índice de Participação Política e Influência (IPPI) criada pelos autores Araújo, Penteado e Santos (2015).

Por fim, o terceiro movimento perpassa os resultados da análise e as conclusões do artigo, que apontam para um diagnóstico preliminar da comunicação digital da Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen, no qual considerou-se preocupantes os resultados encontrados pelo estudo acerca da e-participação nas plataformas digitais.

2. DESENVOLVIMENTO TEÓRICO

2.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA COMO PARTE DE UMA GESTÃO PÚBLICA

O conceito de Comunicação Pública não apresenta uma única concepção. Conforme Kunsch (2013, p. 5) trata-se de uma complexidade sobre a qual “múltiplas abordagens teóricas e reflexões sobre sua prática nas diferentes perspectivas do campo comunicacional” são possíveis. Visando limitar o escopo da discussão sobre o tema, o atual trabalho é centrado, principalmente, na teorização de autores como Zémor (2009) e Pimenta (2015).

Dessa forma, parte-se da definição de que a comunicação pública “É troca e compartilhamento de informações de utilidade pública ou de compromissos de interesses gerais. Ela contribui para a conservação dos laços sociais” (Zémor, 2009, p. 1), assim como, “a comunicação pública deve ser pensada como um processo político de interação no qual prevalece a expressão, a interpretação e o diálogo” (Mattos, 2011 *apud* KUNSCH, 2013, p. 6), o que pressupõe que esses três fatores devessem ser (re)pensados pelas Assessorias de órgãos públicos. Juntamente a eles, o contexto digital, fonte crescente deste setor, a partir da premissa de que estas organizações têm um compromisso com a sociedade, ou seja, que seja feito um trabalho coletivo e que comece pela transparência na comunicação. Por isso, conforme Zémor (2009, p. 1),

“A responsabilidade disso compete às instituições públicas; ou seja, às administrações do Estado, aos serviços das coletividades territoriais,

aos estabelecimentos, empresas, organismos encarregados de cumprir uma missão de interesse coletivo”

Além do mais, sendo a coletividade inserida no âmbito público, dá-se um processo em que a relação, já conceitualizada como Governo-cidadão, abre precedentes para opiniões diretas da população sob assuntos em pauta e também para que haja um relacionamento de via de mão dupla, em que a administração seja feita em conformidade com o povo. Sobre isso, assegura a Constituição Brasileira (1988)⁵ que,

“XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado”

Ou seja, o pensar sob(re) o direito da informação se dá desde o desenvolvimento da constituição, há 30 anos atrás, sendo esta modificável ao longo da vida. Nesse sentido, Pimenta (2015, p. 24), elenca o processo comunicacional que decorre na estância pública

“[...] como que esse processo comunicacional se dá em um cenário de gestão compartilhada: (a) comunicação do poder público “para” e “com” os cidadãos; (b) comunicação pública como espaço de circulação estratégica de temas de interesse público; (c) comunicação constituída no espaço público e veiculada pela (ou para) a opinião pública.”

Isto complementa a concepção de Zémor (2009), que elenca como uma “troca e compartilhamento de informações de utilidade pública ou de compromissos de interesses gerais. Ela contribui para a conservação dos laços sociais”, isto é, uma sistematização do informar o público para o povo, princípios da democracia, “enquanto governo da maioria” (ROSENFELD, 2003, p. 8).

As assessorias que promovem a comunicação pública, como agentes, têm o papel centro deste sistema, por isso que Novelli (2006 *apud* PIMENTA, 2015, p. 20) afirma que,

“compete ao processo de comunicação pública transcender a esfera da divulgação de informações do governo e de sua assessoria de imprensa, como meio de autopromoção dos

⁵ <http://www.acessoainformacao.gov.br/assuntos/conheca-seu-direito/legislacao-relacionada-1>

governantes e de suas ações, para posicionar-se como instrumento facilitador do relacionamento entre cidadãos e Estado.”

Diante disso, Zémor (2009) ressalta que “os ‘comunicadores públicos’ devem ensinar aos políticos que comunicar não é apenas promover”, ou seja, além de ser a ponte (ligação da Administração Pública com o cidadão), ela deve “gerar” esta comunicação pública, em que a comunicação está para noticiar, se relacionar e promover a administração que ali exerce o seu papel político social. Sobre isso, Pimenta (2015) elenca que é preciso um “cenário de construção democrática e interlocução entre os atores e uma noção de gestão compartilhada”, para que assim, “promova o exercício democrático”.

2.2 A PARTICIPAÇÃO COMO OBJETIVO: DEMOCRACIA DIGITAL E E-PARTICIPAÇÃO

No contexto onde a comunicação debruça-se para o Digital, a Comunicação Pública não deveria se abster do mesmo movimento, mas sim ser produzida de forma digital e conduzida pela e-participação. Sobre isso, Lusoli (2013 *apud* SILVA, BRAGATTO E SAMPAIO, 2017, p. 19) pondera que “[...] ao adicionar o “e” de eletrônico (*electronic* no original) à democracia, não temos, necessariamente, uma restrição semântica, e sim uma expansão. O eletrônico refere-se aos aspectos da vida moderna”.

Quando abordado sobre ao conceito de “e-participação” temos a combinação de democracia com o digital, por isso, “ao somar os dois, teríamos numa primeira visão a ideia de que democracia digital se refere ao uso de tecnologias digitais para concretizar avanços do ideário democrático.” (SILVA, BRAGATTO E SAMPAIO, 2017, p. 19), ou seja, um aspecto de aperfeiçoamento da ação governamental moderna.

Toda esta teorização parte de uma transformação comunicacional, na construção das informações e de opiniões, assim como nas exposições das mesmas, onde elas “deixaram de ser unidirecionais e verticais (como na mídia tradicional), e passaram a multidirecionais e horizontais.”, isto é, são novas perspectivas que necessitam adaptações, até mesmo nas comunicações de gestão pública, pois “a sociedade e a política passam por reconfigurações mediatizadas por aparatos digitais” (ARAÚJO, PENTEADO e SANTOS, 2015, p. 1598).

Dessa forma, a democracia atrelada a comunicação pública, neste século midiático, têm o dever de orientar e informar os cidadãos e cidadãs e, em razão disso, Subirats (2001 *apud* ARAÚJO, PENTEADO e SANTOS, 2015, p. 1598) afirma que

“...se queremos uma política compartilhada, necessitamos de espaços e oportunidades que permitam debates abertos, onde se construam ideais e visões também compartilhadas. Espaços em que todos e cada um possam intervir.”

Em razão disso, o espaço digital democrático não deve ser em vão e sim (re)conhecido como um ambiente de formação de notícias, de fala e opiniões da população, vinculada com o Governo.

3. CAMINHOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Esta pesquisa possui uma abordagem qualitativa, a qual Prodanov (2013, p. 70) ressalta que “tem o ambiente como fonte direta dos dados e a qual o pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão”. O autor enfatiza ainda que “os dados coletados nas pesquisas deste cunho são descritivos, retratando o maior número possível de elementos existentes na realidade estudada.” (PRODANOV, 2013, p. 70).

Deste modo, a pesquisa foi feita na cidade de Frederico Westphalen e os objetos analisados foram as plataformas digitais da Prefeitura Municipal, que são FanPage no Facebook e Site Institucional, sob o Quadro de Mensuração do Índice de Participação Política e Influência (IPPI), desenvolvido pelos autores Araújo, Penteado e Santos (2015, p. 1606):

“O intuito é ter uma ferramenta metodológica de mensuração dessa relação: o Índice de Participação Política e Influência (IPPI), que visa avaliar como a sociedade civil, dentro de sua heterogeneidade, está se apropriando dos recursos da internet para promover a participação cidadã e conseguir influenciar o processo de desenvolvimento de políticas.”

O IPPI, possui cinco dimensões: (1) usos e recursos da internet; (2) atores e capital social; (3) e-participação e estratégias de mobilização; (4) desdobramento da ação e relação com as políticas públicas; e (5) repercussão na mídia tradicional. Tais dimensões

foram concebidas com a finalidade de mensurar níveis distintos de participação, seja elas *online* ou *offline*. Dessa forma, elas variam em uma escala de zero a cinco, sendo que, a cada nível, é apresentada uma descrição detalhada para auxiliar na mensuração de casos distintos.

Assim, as duas dimensões delimitadas para este estudo, objetivam especificadamente descobrir: (1) “identificação e avaliação dos dispositivos comunicacionais que o grupo/coletivo utiliza em uma ação ativista (ARAÚJO, PENTEADO e SANTOS, 2015, p. 1607); e (3) “identificação e classificação das formas de webativismo (e-participação, com base nas categorias desenvolvidas por Tamborius et al., 2007 e Araújo, Penteado, Santos, 2013) e uso dos recursos do ciberespaço para a mobilização” (ARAÚJO, PENTEADO e SANTOS, 2015, p; 1608).

Visando aplicar o IPPI, o presente esforço de pesquisa se concentrou em uma análise das redes sociais do Município de Frederico Westphalen. A partir dessa metodologia é possível, como salientam Silva e Stabile (2016, p. 240), analisar as

“Interações: [...] os laços observados a partir de interações frequentemente surgem das relações sociais. Estudos de redes em contextos presenciais podem ver a troca de apoio, relações sexuais, transações comerciais e outras como possibilitadas por relações sociais prévias.”

Diante disso, Scott (2000) afirma que a “análise de redes sociais é uma orientação sobre o mundo social que provém de um conjunto particular de métodos” (*apud* SILVA e STABILE, 2016, p. 241). Com isso, esta investigação constrói-se como um saber através da cronologia dos métodos utilizados.

4. A MENSURAÇÃO COMO O PONTAPÉ

Com a ascensão das mídias sociais, das quais “92,1% das empresas brasileiras estão presentes nas redes sociais”⁶, as Administrações Públicas viram-se quase que na obrigatoriedade de estar inseridos nas mesmas. Por isso, se feito uma apuração no *Facebook*, que hoje é considerada “a maior rede social com mais de 2 bilhões de

⁶ Disponível em: <https://inteligencia.rockcontent.com/estatisticas-de-marketing/>. Acesso em: 28/10/2018

usuários”⁷ você consegue encontrar desde a página do Palácio do Planalto⁸ da Presidência da República Brasileira até a Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen.

Partindo desse fato, realizamos um mapeamento das plataformas digitais das quais a Prefeitura de Frederico Westphalen, nosso objeto desta pesquisa, mantém conta, indiferente se está sendo utilizada para fins de registro das atividades digitais da atual Administração. Abaixo, elenca-se as três plataformas digitais existentes:

1. Facebook: a *fan page* é nomeada como “Prefeitura de Frederico Westphalen”, possui mais de 5 mil curtidas, é gerenciada pela ASCOM - Assessoria de Comunicação e tem como base o informativo público, como pode-se ver na Figura 1.

Figura 1 – Print da fan page da Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen



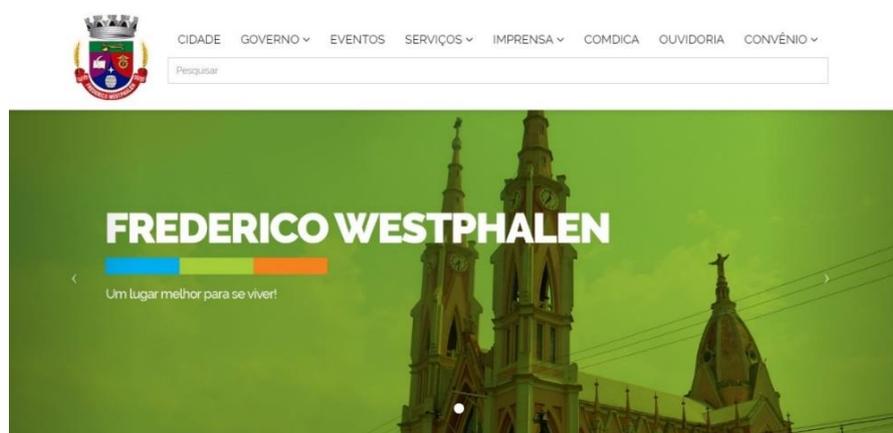
Fonte: <https://www.facebook.com/prefeiturafredericowestphalen/>

2. Site: têm um formato padrão, contendo diferentes abas, como contatos das Secretarias e Gabinete e também uma aba de “Notícias”, do qual o link é usado nas postagens feitas na *fan page* do Facebook. Conforme Figura 2.

⁷ Disponível em: <https://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 28/10/2018

⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/palaciadoplanalto/>. Acesso em: 28/10/2018

Figura 2 - Print do site da Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen



Fonte: <http://www.fredericowestphalen-rs.com.br/>

3. YouTube: o canal apresenta-se inativo, visto que há apenas um inscrito e um vídeo postado em abril de 2018, sobre a I Jornada de Palestras sobre Autismo, do qual a Prefeitura promoveu e que conta com um pouco mais de 500 visualizações, como mostra a Figura 3.

Figura 3 - Print do Canal da Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen no YouTube

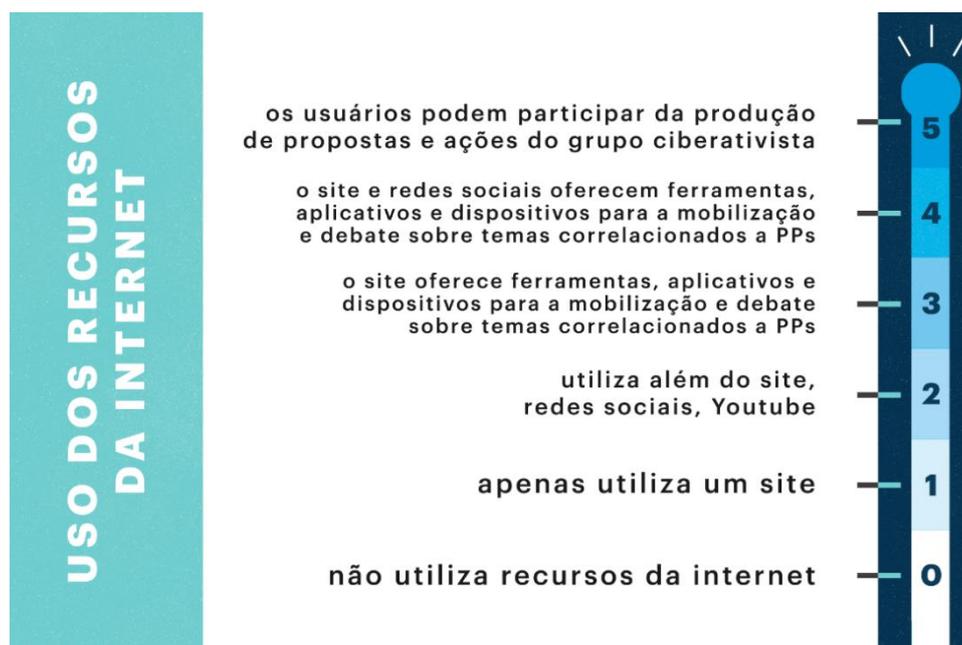


Fonte: <https://www.youtube.com/channel/UCS9gBDrQoIzkFI6TYfWOePQ>

Partindo dessas três plataformas, realizamos um acompanhamento de postagens entre o período x e y, definindo nosso *corpus* de análise. Com base no material coletado, procuramos mensurar o conteúdo tendo como critério Quadro de Índice de Participação Política e Interação, em especial suas dimensões (1) e (3).

Acerca da análise da primeira dimensão, a identificação e avaliação dos dispositivos comunicacionais que o grupo/coletivo utiliza em uma ação ativista, observou-se que a Prefeitura em questão utiliza, para além de um *site*, perfis em outras redes sociais – tendo como ressalva que não há o uso de YouTube. A partir da Figura 4, podemos classificar essa dimensão como estando no segundo nível.

Figura 4 - Quadro 1 do Índice de Participação Política e Influência



Fonte: Autores, 2019

Acerca do uso desses recursos de internet, foi possível constatar que a *fan page* e site tem como principal funcionalidade a divulgação de notícias notícia. Esse caráter difusor, que trabalha a comunicação por uma lógica transmissiva, marca presença ainda que o *site* apresente uma aba “ouvidoria, que tem como conceito “ser um espaço onde o cidadão pode manifestar suas críticas quanto aos serviços prestados pelo Município, como também dar sugestões, pedir informações ou reclamar de algum serviço.”⁹ Contudo, não pudemos concluir quanto ao uso desta ferramenta, na medida em que não foi possível realizar entrevista com a Assessoria de Comunicação da Prefeitura, que, no momento da pesquisa (2018), era formada por uma Jornalista, a qual tinha assumido o cargo a menos de um mês, bem como dois estagiários de Jornalismo. Dessa forma, optou-se por não

⁹ Disponível em: <http://www.fredericowestphalen-rs.com.br/contato>. Acesso em: 28/10/2018

pautar a pesquisa nas respostas da responsável pela comunicação, visto que ainda não está habituada sobre todo o andar do setor, podendo isto ter influência direta na análise desta mensuração.

A análise realizada revelou também aspectos sobre o gerenciamento das mídias sociais. Chama a atenção o pouco engajamento e relacionamento dos munícipes, observados pelo número pequeno de comentários nas publicações e pela ausência, quando há comentários, de qualquer resposta por parte da Prefeitura – abdicando, inclusive das reações aos comentários (“curtir”, “amei”, “haha”, “uau”, “triste” e “grr”). Nas postagens analisadas, o diálogo marcava presença apenas quando os próprios munícipes interagiam entre si, respondendo comentários de outros cidadãos (Figura 5).

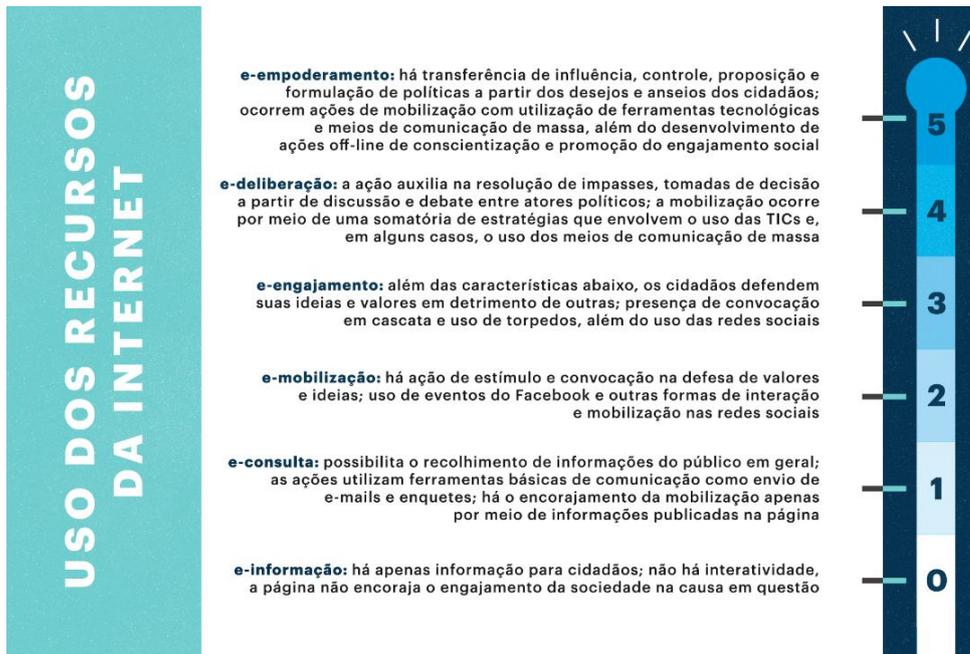
Figura 5 - Print de uma notícia na fan page da Prefeitura



Fonte: <https://www.facebook.com/prefeiturafredericowestphalen/photos/a.1666004990359851/1942318196061861/?type=3&theate>

Acerca da segunda dimensão investigada, que refere-se a identificação e classificação das formas de webativismo, bem como a existência de planos estratégicos de ação, a análise revelou que as ações da Prefeitura de Frederico Westphalen obtiveram índice zero no quatro do IPPI (Figura 6). Grave, tal fato reforça a observação anterior sobre a ausência de interação e o predomínio de um caráter informativo no uso que o poder público municipal faz de suas plataformas digitais.

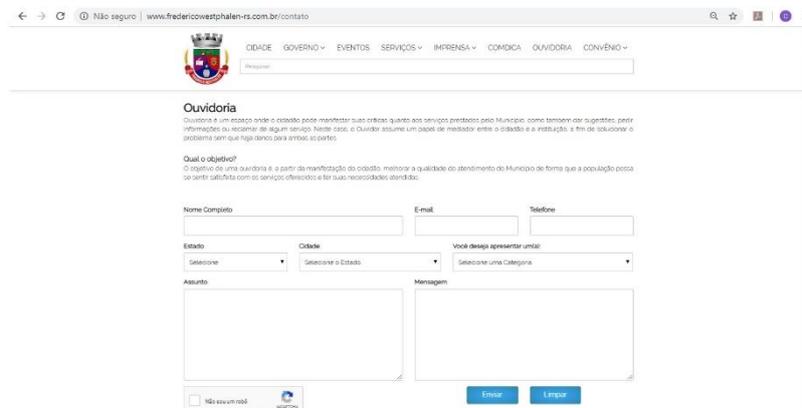
Figura 6 - Quadro 2 do Índice de Participação Política e Influência



Fonte: Autores, 2019

Cabe destacar que a aba de “Ouvidoria” no site (figura 7) aponta, sim, para um princípio de e-participação, mas não existe qualquer encorajamento e/ou divulgação da ferramenta, o que compromete seu uso.

Figura 7 - Print da aba da Ouvidoria no site da Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen



Fonte: <http://www.fredericowestphalen-rs.com.br/contato>

Foi ainda relevante a análise da *fan page*¹⁰ do Prefeito em exercício, José Alberto Panosso, onde também são publicadas apenas notícias sobre seus afazeres políticos, presença em eventos, obtenção de recursos e faz uso do seu nome político em primeiro lugar, mas, indiretamente, fala das ações que acontecem na e com a Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen. Apesar página pessoal do prefeito acumula mais de seis (6) mil, ou seja, mais que a da Prefeitura, os *posts* ainda seguem o mesmo padrão de gerenciamento de mídias da Prefeitura, caracterizado pela ausência de respostas ou reações nos comentários.

5. O DIAGNÓSTICO PARCIAL COMO CONSIDERAÇÕES

Ao final do percurso desenvolvido na atual pesquisa, é importante observar que ela não apenas mensurou, mas foi capaz de tecer bases preliminares para um diagnóstico da comunicação digital da Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen-RS. Seguindo os princípios de uma Comunicação Pública, da Democracia Digital e da e-participação, consideramos agravantes os resultados obtidos, a partir da premissa de que a comunicação necessita priorizar o relacionamento, que também é a base de variados estudos das Relações Públicas.

Diante disso, algumas hipóteses podem ser levantadas a fim de justificar tais resultados, em especial a composição da Assessoria de Comunicação da Prefeitura, marcada pela atuação apenas de Jornalistas, o que reflete no caráter informativo e difusor da utilização das plataformas digitais por parte do Município. Outro fator relevante é o contexto no qual o município está inserido, ou seja, um local interiorano que, mesmo considerada uma cidade universitária onde há cursos de Comunicação, configura uma área na qual ainda não tem os princípios da democracia digital e da comunicação pública como diretrizes. Ainda que os profissionais de relações não ocupem muitos dos espaços do campo político, com Assessorias de Comunicação sendo caracterizadas por uma atuação análoga ao Jornalismo, é preciso enfatizar a necessidade da gestão de relacionamentos entre os representantes políticos e a sociedade.

Portanto, conclui-se que a e-participação ainda é tímida e rudimentar nas plataformas digitais da Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen, o que nos instiga

¹⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/JosePanosso15>. Acesso em: 29/10/2018

a prosseguir com estudos para compreender como o poder público entender seus deveres no que tange à comunicação pública, assim como para sugerir novas práticas que sejam capazes de alterar o cenário atual.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Rafael de Paula Aguiar; PENTEADO, Cláudio Luis Camargo; SANTOS, Marcelo Burgos Pimentel dos. **Democracia digital e experiências de e-participação: webativismo e políticas públicas**. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, Rio de Janeiro, v.22, supl., dez. 2015, p.1597-1619.

GOMES, Aline Antunes; RADDATZ, Vera Lúcia Spacil; LIMA, Luciano de Almeida. Sociedade da Informação, Governo Eletrônico e Participação Popular: Uma Perspectiva da Cidadania no Cíberspaço. ANIMA: **Revista Eletrônica do Curso de Direito das Faculdades OPET**. Curitiba PR - Brasil. Ano VII, nº 13, jan/jun 2015. ISSN 2175-7119.

PIMENTA, Laura Nayra. **Comunicação pública, desenhos institucionais e gestão compartilhada: a interlocução entre poder público e cidadãos na proposta da prefeitura de belo horizonte**. 2015. 147 f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

PRODANOV, Cléber Cristiano. **Metodologia do Trabalho Científico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SAMPAIO, Rafael Cardoso. Democracia digital no brasil: uma prospecção das iniciativas relevantes. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, Curitiba, v. 4, n. 1-2, p.55-79, 2013. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/politica/article/view/33449/21574>>. Acesso em: 06 out. 2018.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; ALMADA, Maria Paula; SANTOS, Nina. Denuncie agora: uma análise da e-participação no site Urbanias. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 15, n. 1, p.71-86, jun. 2012. Semestral. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/fchf/article/view/20674/12325>>. Acesso em: 06 out. 2018.

SILVA, Sivaldo Pereira da; BRAGATTO, Rachel Callai; SAMPAIO, Rafael Cardoso. **Democracia Digital, Comunicação Política e Redes: Teoria e prática**. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016. 434 p. Disponível em: <<http://livro.democraciadigital.org.br/files/2017/05/Democracia-Digital.pdf>>. Acesso em: 06 out. 2018.

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max. ANÁLISE DE REDES EM MÍDIAS SOCIAIS. In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Org.). **MONITORAMENTO E PESQUISA EM MÍDIAS**

SOCIAIS: METODOLOGIAS, APLICAÇÕES E INOVAÇÕES. São Paulo: Uva Limão, 2016. p. 235-260. Disponível em: <<https://www.ibpad.com.br/wp-content/uploads/2016/12/Monitoramento-e-pesquisa-em-midias-sociais.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2018.

ZÉMOR, Pierre. Como anda a Comunicação Pública? **Revista do Serviço Público**, Brasília, p.189-196, jun. 2009.