



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLOGIA

Relatórios Técnicos
do Departamento de Informática Aplicada
da UNIRIO
n° 0002/2017

Um Estudo Sobre a Falta de Interesse do Cidadão em se Tratando de Propostas Governamentais Apoiadas Por Mídias Sociais

Tadeu Moreira de Classe
Sean Wolfgang Matsui Siqueira
Renata Mendes de Araujo

Departamento de Informática Aplicada

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Av. Pasteur, 458, Urca - CEP 22290-240
RIO DE JANEIRO – BRASIL

Um Estudo Sobre a Falta de Interesse do Cidadão em se Tratando de Propostas Governamentais Apoiadas Por Mídias Sociais

Tadeu Moreira de Classe,^{1,2} Sean Wolfgang Matsui Siqueira¹
Renata Mendes de Araujo^{1,2}

¹ Programa de Pós-Graduação em Informática

² Grupo de Pesquisa e Inovação em Ciberdemocracia (CIBERDEM)
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)

{tadeu.classe, sean, renata.araujo}@uniriotec.br

Abstract. As the Web grows, many opportunities to create and share information arise, mainly from the rising of social media applications. There is a new tendency to see individuals, earlier seen as content consumers, now considered as information providers and with potential to influence others. Social media technologies are studied in different areas, as alternatives to solve issues like user engagement and collaboration among individuals. However, in governmental contexts (public organizations or political structures) this relationship does not happen as expected. Technologies which are built to promote the dialog between citizens and public institutions, often haven't the acceptability expected and is refused by society. This report aims to discuss some possible reasons to the citizens' low participation and acceptability to social technologies proposed by public administration.

Keywords: Citizen, Social Media, Digital Democracy, Digital Government.

Resumo. Atualmente com o crescimento da Web, várias são as oportunidades para a criação e compartilhamento de informação, principalmente com este apogeu das aplicações de mídias sociais. Essa nova tendência faz com que as pessoas, antes concebidas como simples consumidoras de conteúdo, passem a se considerar como criadoras de informações e influenciadoras de massa. Tais tecnologias são estudadas em diversas áreas, para tratar questões como melhorias de engajamento dos usuários e para colaboração entre indivíduos. Entretanto, em se tratando de governo, organizações e entidades públicas não é bem o que acontece, o que era para se tornar uma grande oportunidade para prover meios de conversa entre os cidadãos e seus representantes, não tem a aceitação ou abordagem que se espera. Visto isso, este trabalho pretende discutir, algumas razões possíveis que levam a baixa aceitação do cidadão no que se refere às tecnologias sociais propostas por governos.

Palavras-chave: Cidadão, Mídias Sociais, Democracia Digital, Governo Digital.

Sumário

1	Introdução	4
1.1	Motivação	4
1.2	Objetivos	5
1.3	Organização do Texto	5
2	Referencial Teórico	5
2.1	Democracia Digital	5
2.2	Web e Mídias Sociais	7
3	Revisão da Literatura e Trabalhos Relacionados	9
3.1	Revisão da Literatura	9
3.2	Trabalhos Relacionados	12
4	Um estudo sobre mídias sociais, governo e cidadãos	13
4.1	Análise e Discussão	13
5	Conclusões	19
	Referências Bibliográficas	20

1 Introdução

1.1 Motivação

As tecnologias de interação social (mídias sociais) e as TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação) têm possibilitado às pessoas novos costumes e práticas culturais, além de novas formas de expressão e mobilização do cidadão. Ferramentas como smartphones, *web services*, tablets e outros dispositivos, influenciam diretamente na maneira com que as pessoas se comunicam, trabalham, aprendem e colaboram [Simões, 2013].

Com o grande crescimento da *Web* e sua ampla disseminação entre os usuários, diversas oportunidades surgem para as várias áreas como pesquisas, política, economia, sociedade, dentre outras, e assim, costumes são alterados e novas fontes de conhecimentos são geradas. No contexto de administração pública, mais precisamente, governos, diferentes propostas são apresentadas, como por exemplo, prover informações à sociedade, criar novas formas de interação governo-cidadão, disponibilizar recursos e serviços. [Chun et al., 2010].

Os usuários atualmente fazem uso constante das tecnologias sociais (wikis, blogs, redes sociais etc.), consumindo e criando dados, publicando opiniões, dentre outras ações. [Araujo et al., 2011]. Tais mecanismos disponibilizados pela *Social Web*, podem contribuir para o uso destas tecnologias pelos sistemas de governo, onde ambientes de participação podem ser criados e a colaboração entre os usuários trazendo benefícios às organizações [Gruber, 2008].

Entretanto, existe uma barreira digital que impede uma disseminação e aproximação efetiva do uso das ferramentas sociais pela população em propostas criadas para fornecer suporte à democracia digital. O melhor jeito de se utilizar tais mídias no ambiente público ainda é um problema que não se pode resolver a partir de um único conjunto de diretrizes básicas para todas as agências, cidadãos e governos [Magro, 2012].

Apesar de hoje existirem diversas propostas que contemplem a disponibilização de recursos e informações para o cidadão, muitas delas apresentam mecanismos desorganizados e complexos, onde o cidadão não consegue extrair o conhecimento necessário sobre um determinado tema [Silva, 2005]. É comum encontrar plataformas e ferramentas sociais para a comunicação entre governo e cidadão, entretanto, muitas delas não contêm informações corretas e muitos termos são ambíguos, o que causa confusão e faz com que as pessoas se afastem de tais aplicativos, ao invés de atraí-los [Araujo et al., 2013].

Muitas informações neste domínio são fornecidas de maneira muito técnica, o que faz com que aconteça diferentes interpretações, dependendo do grau de conhecimento do cidadão, dificultando e muito um consenso [Wagner et al., 2006]. O engajamento dos indivíduos em questões públicas vai depender do seu grau de motivação para se utilizar as propostas apresentadas pelas organizações [Williamson, 2011].

Portanto, entender como as mídias sociais são amplamente utilizadas em contextos sociais, mas não fazem tanto sucesso ao se relacionarem com assuntos voltados à política é necessário. É preciso entender como elas estão sendo empregadas neste sen-

tido e o que faz com que os cidadãos não se sintam interessadas por elas [Gruber, 2008].

1.2 Objetivos

O objetivo principal deste trabalho é buscar e estudar trabalhos relevantes que visem mostrar o motivo de as redes sociais fazerem tanto sucesso com seus usuários e, quando abordadas em propostas governamentais, elas não ganham a aderência esperada.

Para isso, pretende-se realizar buscas em fontes científicas, trabalhos onde as abordagens de mídias sociais aplicadas à democracia digital sejam abordadas como temas de interesse dos pesquisadores.

Após essa busca inicial, pensa-se em estudar os trabalhos encontrados e analisá-los a fim de levantar algumas evidências de razões pelas quais as mídias sociais desenvolvidas para a democracia digital ainda não tomaram a amplitude que se espera perante a sociedade. Ainda pretende-se desenvolver uma pesquisa na população para verificar as fontes que os desestimulam a utilizar tais propostas.

Ao final, pretende-se ter evidências que possam ser consideradas como possíveis fatores que façam com que a população não tenha aderência ao uso de tecnologias sociais propostas em contextos governamentais.

1.3 Organização do Texto

O presente trabalho está estruturado em seções e, além desta introdução, será desenvolvido da seguinte forma:

- Seção 2: apresenta um referencial teórico sobre os termos democracia digital, Web e mídias sociais para um melhor entendimento do tema abordado por este trabalho.
- Seção 3: apresenta um referencial teórico sobre o uso das mídias sociais em diversas áreas, além de tratar assuntos como a aceitação dessas tecnologias pelos cidadãos ao se tratar de propostas governamentais. Também serão abordados alguns trabalhos relacionados sobre o tema.
- Seção 4: são apresentadas análises de possíveis motivos da não disseminação de mídias sociais envolvendo o contexto de cidadão e governos através de uma pesquisa realizada no município de Juiz de Fora.
- Seção 5: Conclusões - Reúne as considerações finais, assinala as contribuições da pesquisa e sugere possibilidades de aprofundamento posterior.

2 Referencial Teórico

2.1 Democracia Digital

O rápido crescimento da Web e sua adoção massiva pelos usuários tem estimulado diversas iniciativas para melhorar a comunicação, prestação de serviços e disseminação de informações entre diversas pessoas e organizações. Neste sentido, iniciativas governamentais de utilização da internet como forma de facilitar o fornecimento de serviços e informações para o cidadão são estudadas. Visto isso, Coelho [2001] considera que

toda a prestação de serviços e informações de forma eletrônica, para diferentes níveis de governo, empresas ou cidadãos, de forma ininterrupta é denominado Governo Digital (*e-Government*, ou Governo Eletrônico).

De acordo com Santos et al. [2010], o governo digital apresenta três atores, o Governo (G), as Instituições Externas (B) e os Cidadãos (C). Baseando-se nisso, é possível distinguir as seguintes formas de governo digital:

- G2G (*Government-to-Government*): São aplicações governamentais voltadas para outros órgãos governamentais;
- G2B e B2B (*Government-to-Business e Business-to-Government*): São aplicações governamentais voltadas para empresas externas, sendo elas públicas ou não, e vice-versa;
- G2C e C2G (*Government-to-Citizen e Citizen-to-Government*): São aplicações governamentais voltadas ao cidadão.

A ideia de governo digital embora associada as tecnologias de informação no setor público, ultrapassam essa dimensão. Em muitos casos ela está associada na modernização da administração pública e na melhoria da eficiência dos processos operacionais e administrativos do governo [Diniz et al., 2009].

Entretanto, no intuito de obter uma resposta da sociedade em relação aos processos, recursos e informações governamentais o termo Democracia Digital (*e-Democracy* ou Democracia Eletrônica) é apresentado. Democracia digital não trata apenas a prestação de serviços ou a melhora dos processos públicos, ela envolve a criação de novos relacionamentos entre cidadãos e seus governantes, estimulando o uso de tecnologias de interação social para tentar promover a participação e transmitir transparência das ações. Através dos sistemas de interação social, o governo obtém opiniões dos cidadãos sobre políticas públicas, leis e processos decisórios [Araujo et al., 2011].

A internet pode mudar os processos democráticos encurtando distâncias, permitindo a visualização das organizações, criação de redes políticas, e em geral, facilitar a comunicação entre a sociedade. A democracia digital deveria criar oportunidades para que todos os interessados possam ser ouvidos, dando voz a todos os cidadãos que normalmente não participam dos processos políticos tradicionais [Moreira et al., 2009].

Neste sentido, Gomes [2005] define que democracia digital é qualquer forma de emprego de aplicações, ferramentas e dispositivos usados para reforçar ou corrigir aspectos das práticas políticas e sociais entre o Estado e o Cidadão. De forma complementar, Silva [2005] entende como democracia digital o conjunto de discussões, tecnologias e teorias utilizadas para a mediação das relações políticas, possibilitando a participação democrática aos sistemas políticos.

Para Bueno et al.[2011], a democracia digital é apresentada em níveis, sendo eles: i) Informação: o governo divulga informações para a sociedade; ii) Comunicação de duas vias: comunicação entre governo e cidadão por meio de algum canal de comunicação; iii) Transação: fornecimento de serviços online para o cidadão, sendo uma alternativa ao atendimento presencial; iv) Integração: integração de todos os serviços públicos em um único ambiente online; v) Participação Política: utilização de sistemas online para a ampla participação do cidadão nos processos políticos das organizações.

Araujo et al.[2011] ainda destaca que para a implantação da democracia digital, as seguintes questões precisam ser superadas:

- Tecnológicas: falta de infraestrutura básica; falta de segurança; dificuldade de acesso à informação;
- Sociais: diferença de idade, sexo, classe econômica e intelectualidade;
- Culturais: falta de interesse político dos cidadãos; uso de tecnologias apenas para racionalizar e acelerar o funcionamento burocrático; preferência pelo atendimento presencial; dificuldades de colaboração;
- Econômicas: falta de acesso dos mais pobres;

Apesar de todas as dificuldades a serem superadas, a *Web* é considerada uma ferramenta extremamente promissora para a democracia digital, possibilitando redefinir positivamente os processos democráticos e revigorar o relacionamento entre cidadãos e seus representantes, por meio de portais, mídias sociais e plataformas de prestação de serviços e participação social [Coleman e Norrris, 2005].

2.2 Web e Mídias Sociais

A *Web* é constantemente concebida como um conjunto de camadas contendo: padrões, linguagens e protocolos, que atuam como plataforma base para diversos tipos de aplicações. Entretanto, olhando de uma perspectiva social, a *Web* é um “espelho” da sociedade humana moderna, a qual reflete seus interesses e obsessões, abordando uma série de novos conteúdos, conhecimentos e ações possíveis, e assim, operando modificações nos contextos em que as pessoas vivem [Berners-Lee et al., 2006].

Atualmente existem uma variedade enorme de aplicações que chama a atenção dos usuários por sua estrutura baseada na iteração entre os indivíduos. As mídias sociais atuam no relacionamento entre as pessoas, através de mecanismos de amizade, criação de conteúdo, compartilhamento de informação, comentários etc. [Nepal, 2013]. O termo “mídia social” refere-se a sites e ferramentas on-line que facilitem e incentivem as interações entre os usuários, gerando informações, opiniões e interesses por seus conteúdos [Khan, 2012].

As mídias sociais levam a um crescimento das interações dos usuários e um sentimento de responsabilidade de criação e compartilhamento de conteúdo, entretanto, a principal motivação para seu uso é a comunicação entre os seus membros [Bista et al., 2012]. Existem diversas mídias sociais, com diferentes focos e funcionalidades, que reúnem milhares de pessoas, dentre elas, as mais famosas atualmente são: *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, *Foursquare*, *LinkedIn*, *YouTube*, *Instagran*, *Tindler*, *Wikis* e *Blogs*, por exemplo. Essas ferramentas desempenham atividades que vão de comunicação entre pessoas, compartilhamento de conhecimento e mídias, até contatos profissionais (Figura 1). É comum encontrar pessoas que fazem parte de duas ou mais comunidades diferentes [Kim, 2010].

Visto isso, as mídias sociais são caracterizadas pelos usuários gerando conteúdo, criação de identidades virtuais e o relacionamento em redes, sendo considerada como ferramenta potencial para promover a participação de pessoas em diferentes áreas [Magro, 2012], pois ela permite o trabalho em conjunto para que os usuários possam, de maneira colaborativa, atingir seus objetivos em comum [Moreira et al., 2009]. Como alguns elementos de mídias sociais que possam promover a participação, Maciel et al. [2010] destaca: a identidade, presença, relacionamento, conversação, formação de grupos, reputação e compartilhamento de recursos.

3 Revisão da Literatura e Trabalhos Relacionados

3.1 Revisão da Literatura

Os usos das mídias sociais vêm se difundindo a partir do momento em que possibilitam o compartilhamento de informação, criação de comunidades virtuais e dos mecanismos de interação entre as pessoas. Devido a essas características, as organizações trabalham no sentido de mobilizar, informar e possibilitar a participação de seu público alvo [Silva e Prado, 2015]. A internet é usada pelos cidadãos como uma maneira de aproximação e participação entre as pessoas. Sites como *Facebook*, *Twitter*, *LikedIn*, *MySpace*, *Wikipedia*, *YouTube*, dentre outros são responsáveis pela maior atividade e tráfego de informações da Web [Effing et al., 2011]. As tecnologias sociais são utilizadas pela maioria dos usuários da Web. Cerca de 86% dos usuários entre 18 e 29 anos usam a internet todos os dias, de maneira similar, 72% dos adultos e 87% dos adolescentes usam mensagens de texto diariamente, e este número de usuários cresce a cada dia [Bertot et al., 2011].

Mídias sociais oferecem oportunidades para o aumento do grau de participação de pessoas nos processos de criação, manutenção e compartilhamento de conhecimento entre eles [Briestel et al, 2012]. Essas interações criam, também, possibilidades para o crescimento da transparência de informações, participação e compartilhamento de dados e recursos úteis aos seus usuários [Mergel, 2011].

As mídias sociais podem ajudar aos setores públicos na geração de um grau de integração das pessoas e na inclusão de fontes de conhecimento alternativos através de discussões públicas e de técnicas de aquisição de informação [Mergel, 2011]. Como um exemplo do uso desta tecnologia voltada à política, pode ser destacado as eleições de 2008, nos Estados Unidos, onde partidários de Barack Obama fizeram sua campanha (marketing político), ou nas eleições holandesas, onde por meio de uma técnica de mensuração de participação em mídias sociais, eles puderam mensurar o nível de participação e interesse sobre política do público (Effing et al, 2011). Não é necessário ir muito longe para lembrar as discussões políticas que aconteceram nas redes sociais sobre as eleições de 2014 no Brasil, onde os internautas discutiam e trocavam informações (verdadeiras ou não) sobre suas preferências [Ettinger, 2014].

Nas últimas décadas, governos de todo o mundo investem em tecnologias de informação e comunicação (TICs) para a aproximação com o cidadão [Peristeras et al, 2009]. O uso de tais aplicações sociais na administração pública oferece a oportunidade de alavancar o trabalho dos setores administrativos e trazer o governo próximo ao cidadão [Brüstel et al, 2012].

Existe uma grande demanda de aplicações sociais em propostas de governos eletrônicos, mas estes sistemas são usados em aplicações isoladas, sem a existência de integração com as várias estruturas governamentais [Briestel et al, 2012]. Portanto, contrariamente às expectativas, o crescimento popular da Web e das mídias sociais não resultou em um aumento nos níveis de participação pública do cidadão [Effing et al, 2011].

Muitas organizações tentam implementar as mídias sociais em suas políticas e processos, para seu benefício, entretanto, os governos aproveitam essa onda social sem nenhuma estratégia de uso [Effing et al., 2011]. Sendo assim, Bertot et al.[2011] afirma que devido à falta de estratégia em trabalhar com as tecnologias sociais, as organizações ainda estão longe de satisfazer seu público, sendo que suas propostas usualmente são ineficientes e não geram os efeitos pretendidos. Os governos têm a falsa sensação

de que os usos das mídias sociais aumentam automaticamente a participação dos cidadãos em processos como votações online, petições ou deliberações, entretanto não é o que acontece [Hartmann et al., 2013]. Algumas abordagens governamentais ao se tratarem de abordar mídias sociais para a participação popular, preferem, até mesmo o uso das redes já existentes, através de perfis, criarem suas próprias ferramentas [Wandhöfer et al., 2012].

As organizações subestimam as mídias sociais pois elas não as entendem completamente. Existe a visão das organizações de que as mídias sociais são apenas sites onde seu público alvo vai conversar sobre os produtos ou recursos da empresa e com isso a empresa vai colher as informações para a sua melhoria. Essa visão equivocada leva ao fracasso de várias propostas, pois os usuários não são motivados a contribuir entre si [Effing et al., 2011]. A tecnologia sozinha não é a solução para garantir a participação do cidadão em processos democráticos [Breindl et al., 2008].

A confiança nas mídias sociais está diretamente relacionada com a participação do cidadão e ao potencial de estímulos que oferecem [Silva e Prado, 2015]. Sua evolução depende da experiência mútua em compartilhar conhecimento, interesses compatíveis e da confiança entre os participantes [Maciel et al., 2010].

De acordo com Dziekaniak [2010] os usos das mídias sociais em projetos de governo digital são de suma importância, na medida em que tais projetos devem ser desenvolvidos considerando a participação do cidadão, não só como consumidores, mas como gestores de informação, no qual este envolvimento necessita do conhecimento destas diferentes perspectivas dos cidadãos nas mídias sociais, alterando-se de consumidores a produtores de conceitos, informações e conteúdo. Em muitos casos, esta mudança de perspectiva é difícil, pois requer a confiança da comunidade, e isto, faz com que uma minoria de usuários seja responsável por quase toda a contribuição [Effing et al., 2011].

Nielsen [2006] afirma que em uma comunidade online maioria dos usuários que fazem parte dela nunca contribuem em nada, e que uma pequena minoria das pessoas é responsável por toda a informação existente naquela comunidade. Este estudo ficou conhecido como a “Regra da Participação Desigual”. A participação online não é igualitária e sempre existem pessoas mais interessadas que as outras. Neste sentido, nasceu o termo “Divisão Digital” [Effing et al., 2011]. De acordo com vários autores [Effing et al., 2011] [Breindl et al., 2008] [Magro, 2012], as pessoas mais envolvidas são cidadãos de renda mais alta e com idade relativamente mais elevada. Além disso, [Breindl et al., 2008] complementa que as pessoas que são mais engajadas em sua vida “offline”, também são mais positivas sobre o uso da Web e mídias sociais em assuntos políticos, por exemplo, em petições eletrônicas, fóruns políticos e grupos de discussões. A afirmação da baixa participação democrática é um diagnóstico sobre o padrão democrático das sociedades contemporâneas [Gomes, 2005].

Examinando as mídias sociais de acordo com seu potencial na democracia digital, as aplicações podem ser divididas em duas categorias principais de acordo com seu foco principal, as quais conforme [Moreira e Ladner, 2009] são, sendo possível observá-las também na Figura 2:

- *Top-Down*: fornece a comunicação dos cidadãos com seus representantes. Muitas iniciativas partem de ações governamentais. Estes sistemas permitem que as pessoas participem de processos públicos. Por exemplo: relatórios, petições e votos online.

- *Bottom-Up*: as plataformas sociais como *Facebook*, *Twitter*, dentre outros contribuindo com a democracia digital e facilitando a possibilidade de participação, colaboração e mobilização. Por exemplo: perfis, comunidades, *wikis* e blogs;

Em uma democracia capaz de satisfazer os princípios básicos de participação democrática deveriam estar presentes um volume adequado de informações e conhecimento político; possibilidade dos cidadãos participarem e começarem debates e deliberações públicas; meios reais de participações em instituições democráticas; oportunidade real de comunicação entre a esfera civil e seus representantes [Gomes, 2005].



Figura 2 - Visão das categorias de algumas mídias sociais [Moreira e Ladner, 2009]

A participação pública para a criação e consumo de informações pode gerar problemas como: a complexidade dos dados, a privacidade, a responsabilidade de provisão de dados, entrando nos méritos de confiança e veracidade de informação, gerenciamento e uso dos registros [Mergel, 2011]. Além desses problemas, Gomes [2005] elucida que a participação em massa nos processos políticos sem que haja conhecimento sobre os procedimentos públicos, pode favorecer a criação de material distorcido e desprezo pelos representantes políticos.

Diante disso, Dziekaniak [2010] ainda diz que o uso das mídias sociais gera uma descentralização de poder, a qual se mostra interessante ao cidadão como atores sociais, e se considerando como livres pensadores sobre temáticas públicas, políticas e ações sociais, com plenos poderes de mudarem a sociedade em que vivem. Portanto, existe uma preocupação dos governos em perder o controle ao delegar poder e autoridade ao público, e por isso, muitos deles, não trabalham as tecnologias sociais como deveriam [Effing et al, 2011]. Outro fato que faz com que o uso das redes sociais não seja fortemente abordado em se tratando de governo é que a maioria dos políticos e gestores atuais não é originária da geração da Internet, isso faz com que exista a criação de barreiras no seu modo de pensar, visto que já estão acostumados aos métodos tradicionais de políticas e não são favoráveis aos novos formatos de gestão e diálogo com a sociedade [Dziekaniak, 2010].

As aplicações sociais e seu uso variam de cultura, situação social, sociedade e governo. O melhor uso destas mídias ainda é nebuloso e confuso perante as organizações governamentais e diferentes problemas, como os apresentados anteriormente levam a não existência de um roteiro comum para todos os tipos de públicos, agências, países e tarefas. Uma estratégia aparentemente de sucesso em um determinado caso, pode não surtir efeito nenhum em outro caso com circunstâncias similares. Para que o uso das

mídias possa fazer algum sentido ao envolver cidadão e governo, casos distintos devem ser analisados para compreender como um determinado público reage a uma proposta específica [Magro, 2012].

3.2 Trabalhos Relacionados

Contrariamente ao crescente número de pessoas engajadas no uso das mídias sociais atuais, a evolução no uso de tais ferramentas em se tratando de órgãos governamentais e políticos é muito lenta [Dziekaniak, 2010]. No mundo atual as pessoas buscam informações principalmente de sistemas online, entretanto, elas não se contentam mais em apenas consumir (ler) um conteúdo, as pessoas querem participar, dar opiniões sobre o que acham certo e errado [Effing et al., 2001].

O uso das novas mídias de disseminação e criação de conteúdo na *Web* são estudadas como mecanismos de ação social capazes de alterar o comportamento de uma comunidade em diferentes aspectos. Tais tecnologias podem ser benéficas para conseguir informações de vários públicos, e estas, podem ser úteis para a resolução de diferentes problemas [Brüstel et al, 2012], além de inovações nos processos públicos e políticos.

Entretanto, as mídias sociais são amplamente utilizadas por governos e organizações como, principalmente, forma de realizar marketing. Ao invés de utilizarem essa tecnologia para envolver os cidadãos e conseguir, a partir deles mesmos, contribuições no sentido de melhorar a sociedade e as formas de fazer política. Eles a utilizam para a sua autopromoção e para “pedir votos” no caso de candidatos a cargos públicos [Dziekaniak, 2010].

Pensando no fenômeno de crescimento das redes sociais para envolver o público, existem algumas propostas e modelos que tentam fazer com que o cidadão tenha contato com o governo através das mídias sociais. Como exemplo pode-se mencionar o trabalho de Friedl et al. [2012], o qual propôs um modelo de interação entre a administração pública e o cidadão por meio de mídias sociais para fornecer qualidade às informações em portais governamentais para que as instituições possam desenvolver suas aplicações. Os autores dizem que aplicado o modelo em um tema específico, os resultados foram mais favoráveis para a participação dos usuários.

Silva e Prado [2015] se propuseram a analisar como as funcionalidades de uma mídia social disponibilizada pelo governo pode influenciar no engajamento dos seus usuários, a partir da verificação de que adequações surtem mais ou menos efeitos. Os autores destacaram que um dos pontos fortes das funcionalidades foram as ferramentas de debate, entretanto apesar das discussões, muitas delas não têm argumento. Como ponto falho eles destacaram o perfil dos usuários, muitos deles não completaram e deixaram sem informações relevantes. Eles ainda afirmaram que o elemento interface pode ser considerado como atrativo para novos usuários e também, o atributo novidade/ inovação, por se tratar de uma ferramenta para um tema “novidade”, o que fez despertar o fator curiosidade nos novos usuários.

Devido ao grande sucesso do Facebook, Ganim e Kamruzzaman [2014] propuseram a construção de uma plataforma social parecida com a famosa rede social (“*will act almost same as Facebook*”) em um contexto administrativo para o governo de Bangladesh. O modelo é baseado principalmente por perfis e páginas, onde os perfis correspondem aos cidadãos e as páginas são as organizações governamentais. Como resultado os autores disseram que houve uma melhora no processo de comunicação governo e cidadão, porém existe a necessidade de conscientizar a sociedade para que entendam sobre os contextos políticos que estão inseridos.

Briestel et al. [2012] propuseram a *Democratic Citizenship Community*, que consiste em uma tecnologia social onde o usuário possa deliberar sobre vários assuntos relativos a políticas públicas. Como resultado os autores disseram que os usuários afirmaram que o protótipo tornou o processo de tomada de decisão mais simples, porém eles ainda necessitariam de mais tempo para verificar se a participação se manteria e cresceria.

No Brasil temos algumas plataformas sociais que auxiliam na aproximação do governo com o cidadão, como por exemplo a *Civviki*¹, a qual se baseia em uma *Wiki* proposta pelo ITS (Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio) para a colaboração e construção de conhecimento de uma biblioteca cívica. *VotenaWeb*², que consiste em um projeto de votação sobre projetos e leis em tramitação no congresso nacional. Dentre várias outras propostas governamentais existentes.

4 Um estudo sobre mídias sociais, governo e cidadãos

4.1 Análise e Discussão

No intuito de averiguar a disseminação das mídias sociais entre a população e o motivo das mesmas não terem a aceitação esperada pelo público, este trabalho realizou um estudo para verificar algumas razões para esta falta de engajamento. Este estudo se constitui da aplicação de um questionário com cidadãos da cidade de Juiz de Fora, a fim de averiguar a aproximação e conversa entre governo-cidadão e porquê das mídias sociais não serem utilizadas amplamente para tal fim. O questionário foi desenvolvido por meio da ferramenta *Survey Monkey*³, o qual foi disponibilizado às pessoas por meio de convites em mídias sociais (whatsapp, Facebook, hangouts) e e-mail, tendo sido respondido por 98 pessoas⁴.

Inicialmente, nesta pesquisa houve a constatação da informação fornecida por [Bertot et al. 2011] que a maioria do acesso à Web se dá pela utilização das mídias sociais. A primeira questão deste estudo procurou saber se os usuários tinham acesso a algum tipo de mídia social. Como resultado, 100% deles informaram que acessavam as redes social (*Facebook*, *Twitter* etc.). Muitos dos entrevistados informaram que usam as redes sociais como forma de se manter informados em acontecimentos locais, como trânsito, clima, segurança e outras situações do dia-a-dia, as quais não são informadas pelos telejornais ou outras mídias. Grande número dos que responderam o questionário também disseram que utilizam as mídias sociais, na maioria das vezes para conversar com pessoas próximas e para seu entretenimento e diversão.

A questão sobre a faixa etária das pessoas que utilizam mídias sociais fora perguntada também, no intuito de ter a ideia de quais são as pessoas que mais utilizam a web como forma de interação social [Bertot et al., 2011]. Desta forma, o gráfico da Figura 3, representa as faixas de idade dos voluntários que responderam o questionário e que fazem uso de mídias sociais, sendo possível observar que a grande maioria tem faixa etária de 20 a 30 anos de idade, seguido pela faixa de 31 a 40 anos. Sendo possível comparar com

¹ Civviki - <http://www.itsrio.org/civviki>

² *VotenaWeb* - <http://www.votenaweb.com.br/>

³ *Survey Monkey* - <https://www.surveymonkey.com>

⁴ Dados disponíveis em <https://www.surveymonkey.com/results/SM-KP3P78RH/>

o trabalho de Bertot et al., [2011], que mostra que a maior faixa dos usuários de mídias sociais está entre 18 a 29 anos.

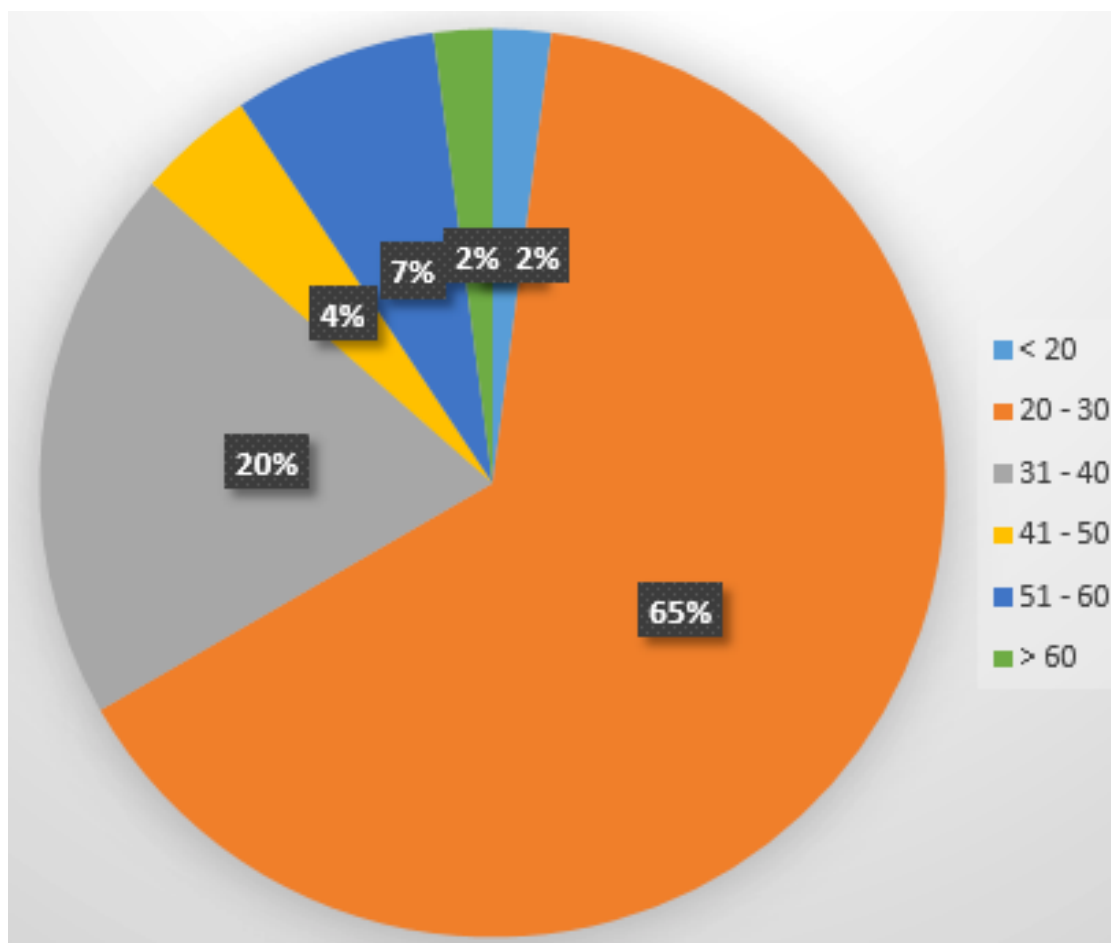


Figura 3 – Faixa etária de utilização de mídias sociais

Indo além das redes sociais, como próxima averiguação da pesquisa, foi pretendido verificar os níveis de uso e aceitação da prestação de serviços desempenhado pelos órgãos públicos perante os usuários. Esta verificação teve intuito principal de observar qual a porcentagem dos usuários que responderam o questionário faz o uso da internet para se comunicar com as empresas públicas, sendo para buscar alguma informação sobre serviços ou apenas para conhecer sobre determinados processos. A Figura 4, mostra, a partir da massa de dados recolhida, que dentre todas as pessoas que participaram da pesquisa, a grande maioria (cerca de 97%), utiliza ou já utilizou a prestação de serviço de diversos órgãos disponíveis na Web. A minoria (cerca de 3%), não faz o uso de tais mecanismos e quando necessitam, pedindo para que um terceiro o realize.

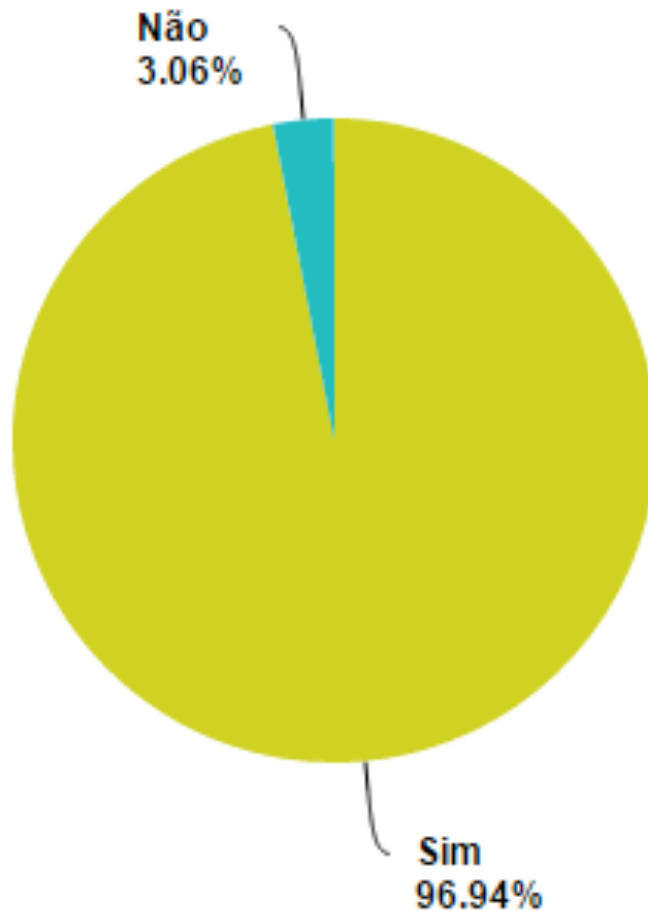


Figura 4 – Entrevistados que usam (ou usaram) serviços de portais públicos

Averiguando este percentual de pessoas que fazem uso dos serviços online disponibilizado pelas agências públicas, outras questões podem ser levantadas antes de realizar a verificação do uso das mídias sociais perante a sociedade. Foi realizado o seguinte questionamento aos voluntários que responderam SIM sobre o uso dos serviços online: De 1 (muito ruim) até 5 (muito bom), qual é a nota que você dá às informações e recursos disponibilizados pelas agências públicas para a utilização do serviço online que utilizou? A maioria dos usuários respondeu que as informações são regulares (43,88%), 6,12% dos entrevistados afirmam que as informações são muito ruins, contra os 1,02% que afirmam que as informações prestadas são muito boas (Figura 5). Mesmo assim, foi verificado qual o tipo de atendimento preferencial para os entrevistados, podendo ser presencial ou online. Pode ser verificado na Figura 6 que apesar da maioria preferir (59,18%) o atendimento online, um grande número percentual ainda prefere o atendimento presencial (40,82%). A alegação dos voluntários que preferiram o atendimento presencial é de que frente-a-frente com o representante público é possível você pressionar a resolução de um problema, além do fato de que o contato, a interpretação e o sentimento pessoal a partir de um determinado problema possam fazer com que sua resolução seja atingida. Diferente do ambiente online, em que a máquina não analisa o caráter social e a necessidade das pessoas. Em um ambiente online onde serviços são prestados pelos órgãos públicos, existe uma rigidez, a qual muitas vezes no atendimento presencial pode ser relevada.

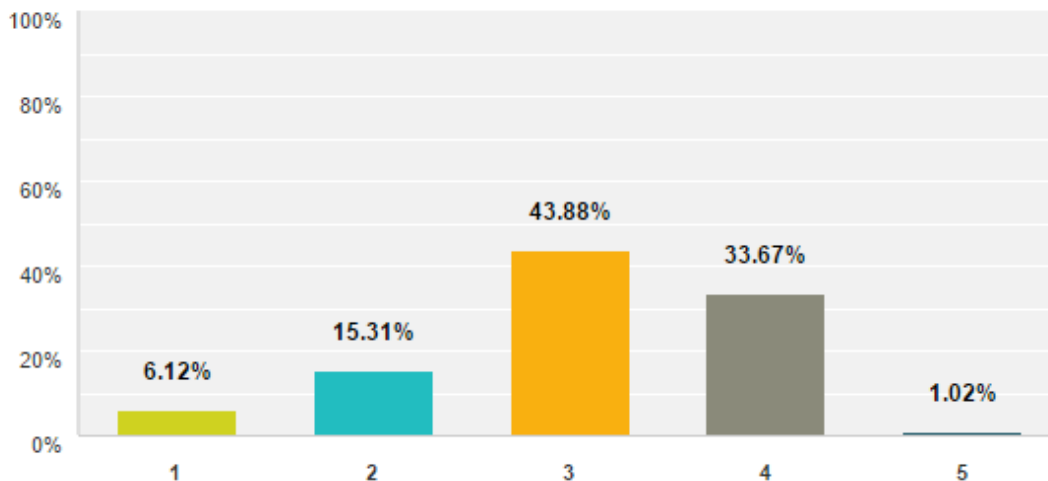


Figura 5 - Qualidade das Informações na prestação de serviços públicos

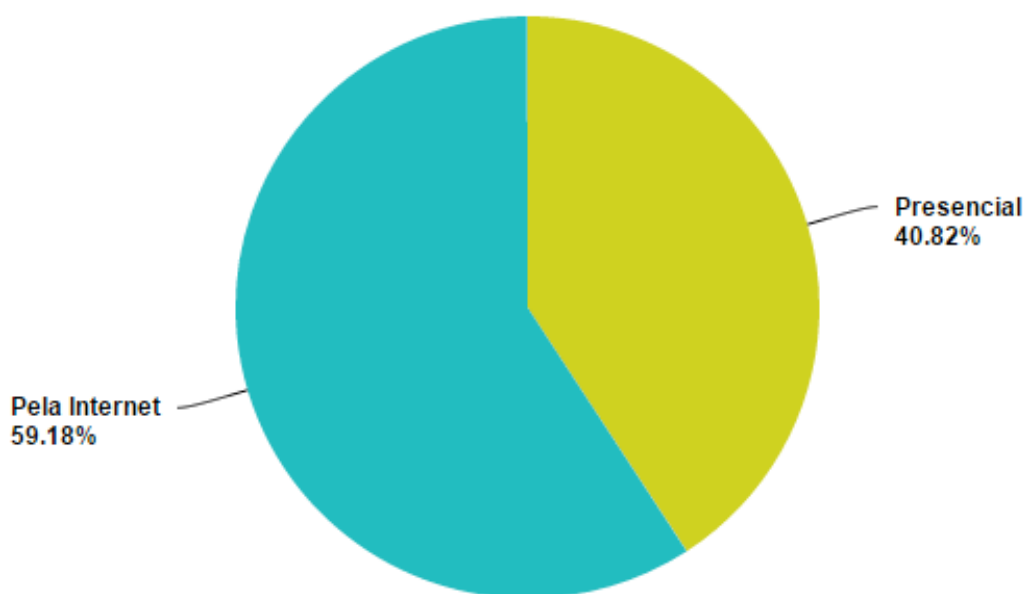


Figura 6 - Preferência de atendimento dos entrevistados

Em se tratando das tecnologias sociais, foi apresentado para os entrevistados se os mesmos estariam confiantes ou se eles utilizariam mídias sociais propostas pelo setor público. A resposta foi que 54,08% das pessoas tentariam utilizar uma mídia social governamental ou no contexto da administração pública, entretanto 45,92% disseram que não utilizariam (Figura 7). Dos usuários que responderam sim, eles ressaltaram que utilizariam tal rede para tentar melhorar a comunicação e respostas dos administradores públicos perante a sociedade, porém, não conhecem nenhuma proposta real com tal iniciativa. Se comunicar com um órgão público na cidade de Juiz de Fora, pode ser feito apenas por telefone ou por sistemas de “Fale Conosco” em alguns portais, e mesmo assim, quase nunca se tem o andamento das solicitações realizadas.

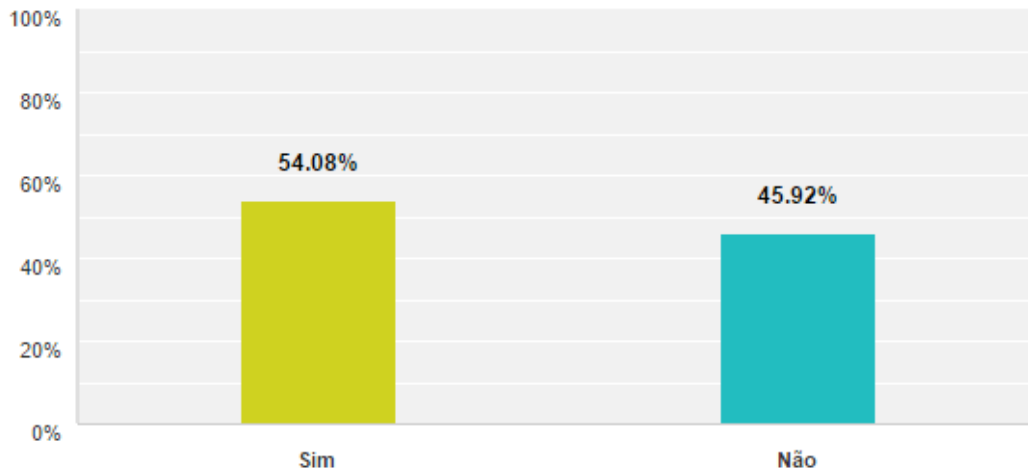


Figura 7 - Disponibilidade de usuários que utilizariam mídias sociais no âmbito público

Neste contexto, também é importante entender quais são os principais motivos das pessoas que responderam “Não”, não acreditarem ou não quererem utilizar as mídias sociais propostas pelos governos. Veja a Figura 8, levando em consideração a prestação de serviços online pelos portais públicos, os usuários disseram que os mesmos problemas continuariam acontecendo caso fossem implantadas no âmbito de mídias sociais. 19% dos entrevistados disseram que não confiam nos representantes políticos e tem medo de como suas informações podem ser utilizadas na possível mídia social. Outros 19%, afirmam que a maioria das informações prestadas pelos órgãos públicos são confusas e quase nunca é possível obter ajuda para entender o funcionamento de um serviço. Já 15% alegam que é grande o descaso das organizações públicas perante a sociedade e que não obtêm respostas das suas solicitações e ainda, relatam que desconhecem os status de andamento delas. 13% não tem interesse por questões públicas e políticas. A grande maioria não respondeu ou alegam outras questões como, por exemplo, a falta de interesse das organizações em atrair o público ou facilitar seus processos para o cidadão, sendo a burocracia existente um grande impedimento.

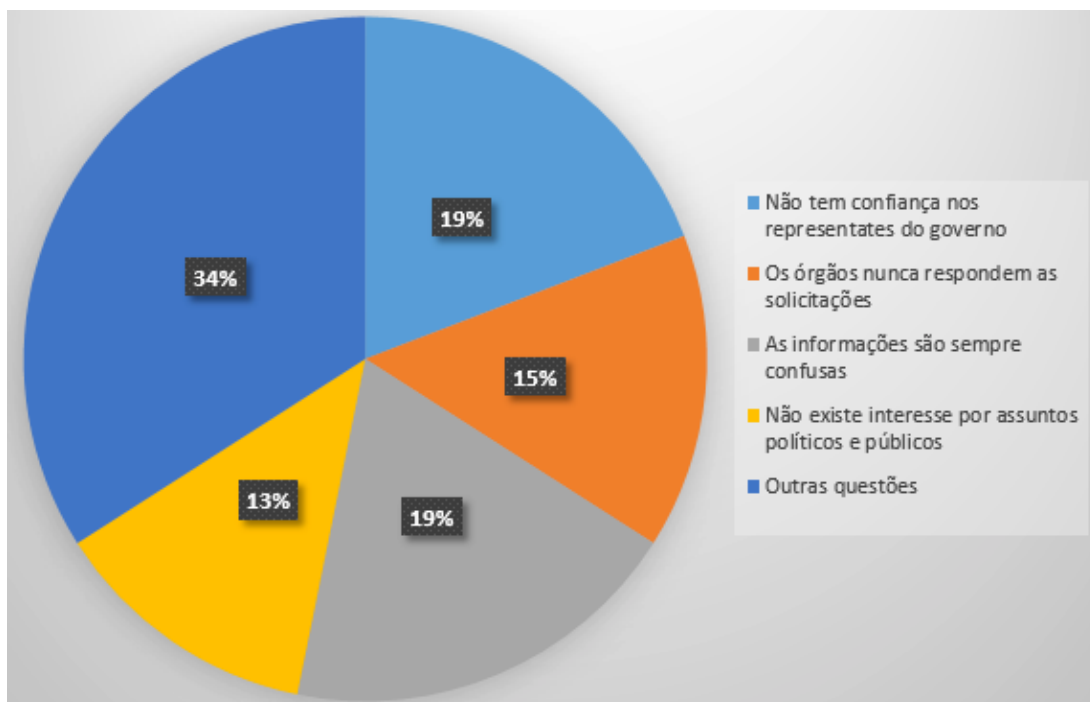


Figura 8 – Alguns pontos de desinteresse em mídias sociais governamentais

Outra constatação que pode ser observada por essa pesquisa é o grau de instrução das pessoas que responderam o questionário. Comparando-se as faixas, é possível ver que existe um interesse maior pela proposta da utilização de mídias sociais pelo governo e uma maior aceitação dos que possuem maior grau de instrução, comparados aos menores graus (Figura 9).

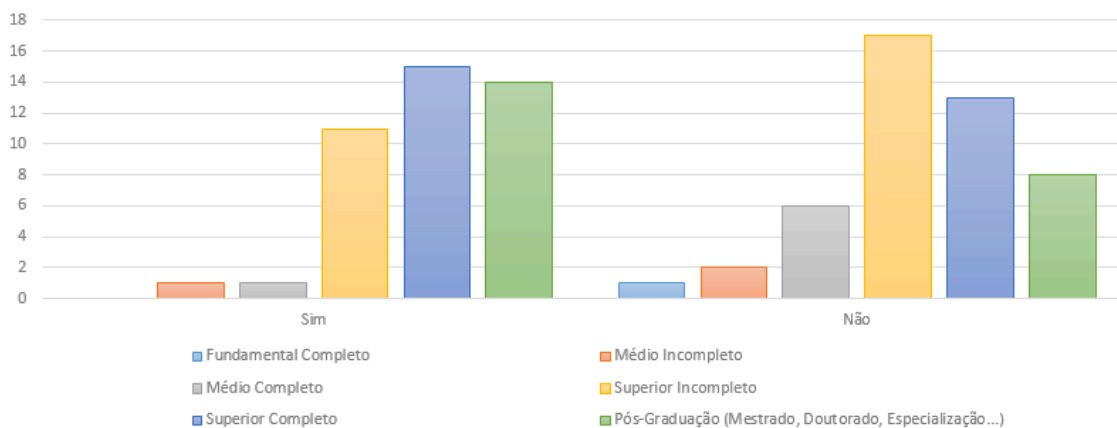


Figura 9 - Aceitação de ideia de mídias social separada por grau de instrução

Portanto, acredita-se que as razões da não disseminação das mídias sociais no contexto de governos e organizações públicas se dão, analisando do lado dos cidadãos, pelo falta de interesse da população sobre assuntos públicos. Os cidadãos acreditam existir descaso de seus representantes para com eles. Muitos não confiam nos seus representantes, e nem que as organizações levem suas opiniões à sério. Como pode ser entendido acima, das pessoas que responderam que não utilizariam um proposta social vinda do governo, muitos deles disseram que a falta de informação ou respostas às suas solicitações fazem com que não exista a vontade de utilizar tais mecanismos.

Embora o questionário evidencie que uma proposta desta natureza pode ter uma boa aceitação por parte do público, porém, muitos desconheçam ferramentas ou abordagens do tipo.

Sendo assim, é possível referenciar as categorias propostas por [Moreira e Ladner, 2009], muitas das aplicações existentes e criadas pelo governo podem ser consideradas Top-Down, ou seja, são feitas pelo governo sem o conhecimento da realidade, cultural e social dos cidadãos, o que faz com que muitas das ferramentas criadas sejam desinteressantes aos olhos do público. Os governos utilizam as mídias sociais como ferramenta de marketing e não explora o seu potencial de conversa e aproximação com o cidadão.

Além disso, como mencionado por Dziekaniak [2010] e Effing et al. [2011] as mídias sociais fazem com que os usuários criem conteúdo, disseminem informações e influenciem outras pessoas. Isso gera um “empoderamento” do cidadão. Estes autores acreditam que tal poder pode gerar receio nos governos devido a possibilidade de os mesmos perderem poder. Com isso, deixam de investir nas abordagens sociais como deveriam fazer. Contudo, as mídias sociais têm a característica de aumentar a discussão e a disseminação de informação, potencializando a ajuda mútua entre usuários e as empresas.

Sumarizando, é possível enumerar algumas possíveis razões de o porquê de as mídias sociais quando voltadas para o apoio de organizações governamentais não serem populares ou não atraírem a atenção dos cidadãos, sendo elas:

- Uso somente em *marketing*: geralmente as entidades governamentais não usam todo o potencial das mídias sociais, subestimando suas características de promoção e divulgação de conteúdo. Na maioria dos casos, as empresas usam as mídias para o marketing (votações, produtos, exaltar candidatos, dentre outras tarefas);
- Representantes políticos em idade avançada: muitos dos representantes políticos atuais apresentam uma idade avançada, ou seja, muitos deles não compreendem as tecnologias atuais e preferem “fazer política” da maneira tradicional, desencorajando o uso de tecnologias;
- Aposta em mecanismos de contato: muitos portais de empresas governamentais ou não preferem apostar no uso de uma interface de “fale conosco” e de telefones de contatos, ao invés de buscarem por propostas sociais;
- Informações inexistentes ou confusas: muitas das informações ou processos públicos são desconhecidos ao cidadão, pois em muitos ambientes governamentais não existe a preocupação em “traduzir” tais informações para que a população a entenda;
- Gap entre arquiteturas Top-Down e Bottom-Up: existe uma lacuna no desenvolvimento das mídias sociais para que compreendam aos dois atores (governo e cidadão) ao mesmo tempo;
- Sentimento do cidadão consumidor: os governos ainda possuem a visão equivocada de que o cidadão é apenas consumidor de informação, e que não são capazes de entender os processos públicos e contribuir com eles;
- Falta de confiança nos representantes: os cidadãos não confiam nos representantes que eles próprios elegeram;
- Desconhecimento de ferramentas: muitos cidadãos possuem o conhecimento de que tais ferramentas governamentais existem ou não tem interesse em assuntos políticos;
- Falta de estratégias e compreensão: não existem estratégias ou compreensão para a implantação das mídias sociais, quando propostas, as empresas governamentais acreditam que apenas a sua existência e o ideal para que a população contribua com a ferramenta;
- Diferentes contextos: não existe uma padronização que atenda todos os públicos e ambientes para implantação de propostas de mídias sociais governamentais, pois existem diferenças culturais, econômicas, sociais, escolares etc., que influenciam diretamente no comportamento do cidadão;
- Medo de perder o poder: o medo de perder o poder faz com que as mídias sociais não sejam bem vistas para as propostas governamentais, pois devido a sua característica colaborativa, por natureza ela fornece poder e autonomia para quem utiliza, nelas os cidadãos criam novos conceitos, os dissemina e pode ser tornar muito influente.

5 Conclusões

Com o grande crescimento da *Web* e sua ampla disseminação entre os usuários, diversas oportunidades surgem para as várias áreas como pesquisas, política, economia, sociedade, dentre outras, e assim, costumes são alterados e novas fontes de conhecimentos são geradas. As mídias sociais fornecem um canal para que as pessoas possam contribuir e comunicar umas com as outras e, a partir disso, criam conhecimento, além de disseminá-los para outros indivíduos. [Chun et al., 2010].

As organizações públicas também veem as mídias sociais como um possível mecanismo para atingir seu público alvo, e conseguir com que os cidadãos possam contribuir com a melhoria de seus processos e aumentar a transparência de informações [Silva e Prado, 2015], as quais podem trazer benefícios para as empresas e para os cidadãos. Entretanto, contrariando as expectativas, o crescimento popular da Web e das mídias sociais não resultou num aumento nos níveis de participação pública do cidadão [Effing et al, 2011].

Este trabalho tentou obter possíveis evidências do porquê o uso das mídias sociais quando abordados no contexto de governos e organizações públicas, não são tão virais o quanto se espera. A partir da pesquisa realizada no município de Juiz de Fora, dentro deste contexto e analisando as opiniões dos cidadãos é possível elucidar que mesmo a grande maioria utilizando as mídias sociais para diversos assuntos, muitos ainda não se sentem confiantes ao utilizá-las quando se tratam de assuntos públicos. A pesquisa apontou que devido a experiências prévias com a prestação de serviços em diversos portais de organizações públicas, existe um sentimento descaso. Muitos apontaram que a falta de informação, de respostas e de atualizações sobre os serviços oferecidos os desmotivam a utilizar a Web como mecanismo de aproximação com o Governo. Apesar disso, muitos estão dispostos a utilizar essas possíveis mídias, mas desconhecem propostas neste contexto.

Acredita-se que este trabalho ainda há muito a evoluir. Estudos mais aprofundados sobre a sociedade devem ser realizados, mais precisamente, envolvendo um maior público. É preciso conhecer profundamente a realidade social e cultural dos cidadãos para entender o que os desmotivam a discutir assuntos políticos. Além disso, é preciso realizar estudos da parte das organizações públicas, para evidenciar o porquê de suas propostas não conseguirem o ideal de participação do cidadão.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, R. M., ARAÚJO, M. A. D., ALLOUFA, J. M. L., LOPES, A. O. B.. GOVERNO ELETRÔNICO: um estudo sobre as possibilidades de participação do cidadão. **Informação & Sociedade**, 23(1), p. 73-90, 2013.

ARAUJO, R., CAPPELLI, C., DIIRR, B., ENGIEL, P., TAVARES, R. Democracia Eletrônica. In Pimentel, M., Fuks, H. **Sistemas colaborativos**. Elsevier Brasil, 110-121, 2011.

BERNERS-LEE, T., HALL, W., HENDLER, J. A., O'HARA, K., SHADBOLT, N. ANDWEITZNER, D.J. **A Framework for Web Science**. 1, 1 (2006), 1-130, 2006.

BERTOT, J. C., JAEGER, P. T., & HANSEN, D. The impact of polices on government social media usage: Issues, challenges, and recommendations. **Government Information Quarterly**, 29(1), 30-40, 2012.

BISTA, S. K., COLINEAU, N., NEPAL, S., & PARIS, C. The design of an online community for welfare recipients. In **Proceedings of the 24th Australian Computer-Human Interaction Conference** (pp. 38-41). ACM, 2012.

BISTA, S.K.; NEPAL, S.; PARIS, C. Engagement and Cooperation in Social Network. In: **International Conference on Trust, Security and Privacy in Computing and Communications (TrustCom)**, pp. 1405-1410, 2012.

BREINDL, Y.; FRANCO, P. Can Web 2.0 applications save e-democracy? A study of how new internet applications may enhance citizen participation in the political process online. **International Journal of Electronic Democracy**. 1, 1, 14, 2008.

BRÜSTEL, J., PREUSS, T., SCHWENKE, C., & WIECZOREK, D. Na Architecture for E-Government Social Web Applications. In **Complex, Intelligent and Software Intensive Systems (CISIS), 2012 Sixth International Conference on** (pp. 395-400). IEEE, 2012.

BUENO, T. C. D. A., DE OLIVEIRA, T. P. S., & MOLIN, S. P.. **CIDADÃO 2.0-AS REDES SOCIAIS APROXIMANDO O CIDADÃO E O PODER PÚBLICO**, 2011. Disponível em: [http://www.ciiddi.org/congreso2012/papers/Ciudadanos%20Las%20redes%20sociales%20aproximando%20al%20ciudadano%20al%20poder%20publico%20\(Bueno%20et%20al\).pdf](http://www.ciiddi.org/congreso2012/papers/Ciudadanos%20Las%20redes%20sociales%20aproximando%20al%20ciudadano%20al%20poder%20publico%20(Bueno%20et%20al).pdf)

CHUN, S. A., SHULMAN, S., SANDOVAL, R., & HOVY, E. Government2: Making Connections between Citizens, Data and Government 2. **Open Government - Principles and Requirements. Information Polity**, 15(1), 1-9, 2010.

COELHO, E. M. Governo eletrônico e seus impactos na estrutura e na força de trabalho das organizações públicas. **Revista do Serviço Público**, 2001.

DINIZ, E. H., BARBOSA, A. F., JUNQUEIRA, A. R. B., & PRADO, O. O governo eletrônico no Brasil: perspectiva histórica a partir de um modelo estruturado de análise. **Revista de Administração Pública**, 43(1), 23-48, 2009.

DZIEKANIAK, G. V. **Considerações a respeito da cidadania e governo eletrônico sob a perspectiva da Sociedade do Conhecimento**, 2010. Disponível em: <http://buscalegis.ufsc.br/revistas/index.php/observatoriodoegov/article/viewFile/34034/33038>

EFFING, R., HILLEGERSBERG, J. VAN AND HUIBERS, T. (2011). Social Media and Political Participation: Are Facebook ,Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems? **ePart 2011**. April 2011, 25-35, 2011.

ETTINGER, A. F. E. Política 2.0-Um estudo da utilização das redes sociais na pré-campanha presidencial brasileira de 2014. **Repositório Aberto da Universidade do Porto**, 2014.

FRIEDL, A. T. S., FEICHTNER, B. D., & TEUFEL, C. S. 4-LIFE-Model: An Approach for a Government-with-You Strategy. In **Proc. of Int. Conf. on E-Learning, E-Business, Enterprise Information Systems, and E-Government**, Las Vegas (pp. 255-259), 2012.

GOMES, W. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista FAMECOS**. 27, 3 (2005), 58-78, 2005.

GRUBER, T. Collective Knowledge Systems: Where the Social Web meets the Semantic Web. **Semantic Web and Web 2.0**, 6(1), 4-13, 2008.

HOFFMANN, C. P., & LUTZ, C. The impact of online media on stakeholder engagement and the governance of corporations. **Journal of Public Affairs**, 15(2), 163-174, 2015.

KHAN, A., & KHAN, R. Embracing new media in Fiji: the way forward for social network marketing and communication strategies. **Strategic Direction**, 28(4), 3-5, 2012.

KIM, W., JEONG, O. R., & LEE, S. W. On social Web sites. **Information systems**, 35(2), 215-236, 2010.

MACIEL, C., ROQUE, L., & GARCIA, A. C. B. Interaction and communication resources in collaborative e-democratic environments: **The democratic citizenship community**. **Information Polity**, 15(1), 73, 2010.

MAGRO, M. J. A Review of Social Media Use in E-Government. **Administrative Sciences**, 2(2), 148-161, 2012. Disponível em: <http://doi.org/10.3390/admsci2020148>

MERGEL, I. **The use of social media to dissolve knowledge silos in government. The future of public administration, public management, and public service around the world**, 2011.

MOREIRA, A.M. AND LADNER, A. E-Society and E-Democracy. **eGovernment Symposium 2009**. (2009), 50, 2009.

NEPAL, S., PARIS, C. AND BOUGUETTAYA, A. Trusting the Social Web: issues and challenges. **World Wide Web**. July 2013 (2013), 1-7, 2013.

NIELSEN, J. Participation in equality: Encouraging more users to contribute. **Jakob Nielsen's alertbox**, 9, 2006.

PERISTERAS, V., MENTZAS, G., TARABANIS, K., & ABECKER, A. Transforming E-government and E-participation through IT. **Intelligent Systems, IEEE**, 24(5), 14-19, 2009.

SANTOS, P. M., DA SILVA FERREIRA, M. V. A., DE MELO BRAGA, M., BERNARDES, M. B., & ROVER, A. J. Governo eletrônico no Brasil: análise dos fatores críticos de sucesso e dos novos desafios. In **JAIIO – SIMPOSIO ARGENTINO DE INFORMÁTICA Y DERECHO** (Vol. 39, pp. 2045-2057). 2010.

SILVA, C.M.C., PRADO, P.V.P. Estudo sobre o engajamento de usuários de uma mídia social disponibilizada pelo governo. In **XI Simposio Brasileiro de Sistemas de Informação**, 2015.

SILVA, S. P. Graus de Participação Democrática no Uso da Internet Pelos Governos das Capitais Brasileiras. **Opinião Pública**, 11(2), p. 450-468, 2005.

SIMÕES, J., REDONDO, R.D. AND VILAS, A.F. A social gamification framework for a K-6 learning platform. **Computers in Human Behavior**. 29, 2 (Mar. 2013), 345-353, 2013.

WAGNER, C., CHEUNG, K. S. K., IP, R. K. F., & BOTTCHEER, S. Building Semantic Webs for e-government with Wiki technology. **Electronic Government, na International Journal**, 3(1), 36, 2006.

WANDHÖFER, T., TAYLOR, S., ALANI, H., JOSHI, S., SIZOV, S., WALLAND, P., ... & MUTSCHKE, P. Engaging politicians with citizen social networking sites: the Web Gov Toolbox. **International Journal of Electronic Government Research (IJEGR)**, 8(3), 22-32. 2012.

WILLIAMSON, A. Driving CIVIC Participation Through Social Media. European Workshop. **Perspectives of Web 2.0 for Citizenship Education in Europe**, (April), 1-10, 2011.