



ACADEMIA MILITAR

A GUARDA NACIONAL REPUBLICANA

E AS REDES SOCIAIS:

Usos, Potencialidades e Riscos

Aspirante da GNR Infantaria Carla Inês Domingues

Orientadora: Professora Doutora Ana Maria Carapelho Romão Leston Bandeira

Coorientador: Major da GNR Infantaria Paulo Jorge Duarte dos Santos

Relatório Científico Final do Trabalho de Investigação Aplicada

Lisboa, julho 2014



ACADEMIA MILITAR

A GUARDA NACIONAL REPUBLICANA

E AS REDES SOCIAIS:

Usos, Potencialidades e Riscos

Aspirante da GNR Infantaria Carla Inês Domingues

Orientadora: Professora Doutora Ana Maria Carapelho Romão Leston Bandeira

Coorientador: Major da GNR Infantaria Paulo Jorge Duarte dos Santos

Relatório Científico Final do Trabalho de Investigação Aplicada

Lisboa, julho 2014

Dedicatória

Para ti, Mãe,
pelo exemplo de coragem e humildade.

Agradecimentos

Na elaboração deste Trabalho de Investigação Aplicada muitas foram as pessoas que contribuíram, pelo que essas merecem o meu agradecimento, passando a enumerá-las.

À Professora Doutora Ana Romão, que nas funções de minha orientadora sempre demonstrou total disponibilidade e o apoio necessário no encaminhamento da investigação. A sua dedicação e orientação viriam a revelar-se um pilar essencial na elaboração do trabalho.

Ao Major Paulo dos Santos, meu coorientador, pelo apoio prestado desde a primeira instância, pelos contatos estabelecidos em meu nome e pelos conselhos fundamentais para direcionar os meus objetivos da investigação.

Ao Major Marco Ferreira da Cruz, Chefe da Divisão de Comunicação e Relações Públicas, pelo apoio prestado ao longo de todo o processo de elaboração do trabalho de investigação, demonstrando disponibilidade e, principalmente, celeridade em tudo o que foi solicitado.

A todos os elementos que fazem parte da Divisão de Comunicação e Relações Públicas, os quais manifestaram prontidão para ajudar neste trabalho, pela sua simpatia e entreatajuda.

Ao Capitão Rogério Raposo, o qual me disponibilizou documentos essenciais para a prossecução desta investigação.

Ao Capitão Pedro Nogueira, pela sua disponibilidade ainda numa fase inicial do trabalho, revelando-se essencial na elaboração do projeto.

Ao Grupo Marktest, pela disponibilidade que teve em fornecer dados e informação importantes a incluir no trabalho.

À Doutora Cheila Cardoso, da Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação, pela disponibilidade e profissionalismo, resultando num enorme contributo para o trabalho.

A todos os entrevistados, pela prestabilidade e pelo seu conhecimento.

A todos aqueles que o seu nome não se encontra aqui mas que, direta ou indiretamente, contribuíram para este trabalho.

Aos meus pais e ao meu tio, por todo o apoio constante, e pelas inúmeras horas que lhes subtraí ao longo deste percurso de cinco anos.

Ao meu Irmão em especial, pela confiança que sempre depositou em mim e a quem devo muito.

A um grande Amigo que, apesar de já não se encontrar entre nós, foi e sempre será uma referência para mim.

A todos os que merecem o meu reconhecimento, o meu sincero **OBRIGADO!**

Carla Domingues

Resumo

O presente Trabalho de Investigação Aplicada está subordinado ao tema: "A Guarda Nacional Republicana e as redes sociais: usos, potencialidades e riscos".

A forma como exploramos as novas tecnologias de informação e comunicação tem vindo a evoluir, desde a livre circulação de informação até ao seu fácil acesso, características da época em que vivemos. Pretende-se, por isso, caracterizar o uso que a Guarda Nacional Republicana faz das redes sociais e, ao mesmo tempo, averiguar aspetos sensíveis quanto à dinâmica que esse uso implica.

Este relatório encontra-se estruturado em três partes distintas, sendo elas a parte teórica, que consiste num levantamento bibliográfico e documental, efetuada em fontes fidedignas sobre o assunto, e a parte prática, que está relacionada com o trabalho de campo, especificamente a recolha e tratamento de dados, e respetiva apresentação, análise e discussão dos mesmos. É na última parte, a conclusiva, que se verificam as hipóteses e se responde às perguntas levantadas. Para tal utilizam-se os dados dos inquéritos por entrevista aplicados a interlocutores privilegiados e ainda outros documentos, designadamente estatísticas, fornecidos pela Divisão de Comunicações e Relações Públicas da GNR.

Os resultados permitem apurar que a Guarda Nacional Republicana utiliza o *facebook* de uma forma significativa, distinguindo-o das restantes redes, enquanto programa de comunicação global.

Concluiu-se que as redes sociais funcionam como democratizadoras da comunicação, permitindo através do seu bom uso projetar a Guarda Nacional Republicana para um campo de uma força de segurança moderna e em sintonia com a mudança da sociedade atual.

Palavras-Chave: Guarda Nacional Republicana, Mudança, Novas Tecnologias da Informação e Comunicação, redes sociais.

Abstract

This Applied Research Work is subordinated to the theme: "*The Guarda Nacional Republicana and its use of social networks: opportunities and risks*".

The way we explore the new technologies of information and communication has been evolving since the free flow of information to its easy access, which characterizes the time in which we live. Thus, it is our intention to analyze how the Guarda Nacional Republicana uses the social networks and, at the same time, to look sensitive aspects regarding the dynamics that such use entails.

This report is structured into three distinct parts, being the theoretical part, which consists of a bibliographical and documentary survey, conducted on reliable sources on the subject, and the empirical part, which is related to field work, specifically the collection and data processing, and respective presentation, analysis and discussion of the results. It is in the last part, the conclusive one, which we verify the hypotheses and answer the questions raised. To achieve that purpose the data was obtained by interviewing the privileged interlocutors on this issue and also by consulting the statistical analysis by the Divisão de Comunicação e Relações Públicas.

The results allow to establish the Guarda Nacional Republicana uses Facebook in a meaningful way, making it stand out from the other networks, in the overall communications program.

It was concluded that social networks act as democratizing communication, allowing through its good use, to project the strenght of Guarda Nacional Republicana for field strength of a modern security and in line with the change of the current society.

Keywords: Guarda Nacional Republicana, Change, New Information Technologies and Communication, social networks.

Índice Geral

Dedicatória	iii
Agradecimentos	iv
Resumo	vi
Abstract	vii
Índice Geral	viii
Índice de figuras	xi
Índice de quadros	xii
Lista de apêndices e anexos	xiv
Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos	xv
Capítulo 1 Apresentação do trabalho de investigação	1
1.1. Introdução	1
1.2. Enquadramento do tema	1
1.3. Problema de investigação: escolha, formulação e justificação	2
1.4. Delimitação da abordagem	3
1.5. Objetivos	3
1.6. Pergunta de Partida	4
1.7. Perguntas derivadas	4
1.8. Hipóteses de investigação	4
1.9. Metodologia	5
1.10. Estrutura	6
Capítulo 2 Revisão da Literatura	8
2.1. A Sociedade da Informação	8
2.1.1. O conceito de Sociedade da Informação	8
2.1.2. A Sociedade da Informação em Portugal	9
2.2. Implicações jurídicas da Sociedade da Informação	10
2.2.1. Proteção da segurança da informação	10
2.3. Internet: elemento estruturador da Sociedade da Informação	12

2.3.1. Internet: da sua génese à modernização.....	12
2.3.2. Internet: aplicações <i>web</i>	14
2.3.3. Web 2.0: redes sociais	16
2.3.4. Utilizadores das redes: breve caracterização	17
Capítulo 3 As redes sociais e a Guarda Nacional Republicana.....	19
3.1. A Guarda Nacional Republicana	19
3.1.1. Divisão de Comunicação e Relações Públicas.....	20
3.1.2. Comunicação na GNR	21
Capítulo 4 Trabalho de Campo e Metodologia de Investigação	23
4.1. Tipo de estudo.....	23
4.2. Técnicas e instrumentos de recolha e tratamento de dados	23
4.2.1 Análise/observação documental: matriz de análise das redes sociais	24
4.2.2. Inquérito por entrevista: participantes e modelo de análise.....	25
4.3. Procedimentos.....	25
Capítulo 5 Apresentação, análise e discussão dos dados.....	27
5.1. Características da utilização das redes sociais da GNR.....	27
5.2. Redes sociais: elementos comparativos	31
5.3. Inquéritos por entrevistas.....	32
5.3.1. Análise dos resultados da Questão n.º 1	33
5.3.2. Análise dos resultados da Questão n.º 2	34
5.3.3. Análise dos resultados da Questão n.º 3	35
5.3.4. Análise dos resultados da Questão n.º 4	36
5.3.5. Análise dos resultados da Questão n.º 5	37
5.3.6. Análise dos resultados da Questão n.º 6	38
5.3.7. Análise dos resultados da Questão n.º 7	39
5.3.8. Análise dos resultados da Questão n.º 8	40
Capítulo 6 Conclusões e Recomendações	42
6.1. Verificação das hipóteses.....	42
6.2. Resposta às perguntas derivadas	44
6.3. Resposta à pergunta de partida	45
6.4. Reflexões Finais.....	46
6.5. Recomendações	47

6.6. Limitações na investigação	47
6.7. Proposta de investigações futuras	48
Referências Bibliográficas	49
Livros e Manuais	49
Artigos de publicações periódicas	51
Documentos eletrónicos.....	51
Documentos Legislativos.....	53
Apêndices	54
Apêndice A Descrição dos objetivos, pergunta de partida, perguntas derivadas e hipóteses.....	55
Apêndice B Descrição da estrutura do Trabalho de Investigação Aplicada.....	56
Apêndice C Órgãos dependentes do Comandante-Geral	57
Apêndice D Articulação da Divisão de Comunicação e Relações Públicas.....	58
Apêndice E Carta de apresentação	59
Apêndice F Caracterização dos Entrevistados	61
Apêndice G Guião de Entrevista	62
Apêndice H Grelhas de análise de conteúdo	64
Anexos	72
Anexo A Composição da Divisão de Comunicação e Relações Públicas.....	73
Anexo B Atribuições, articulação e tarefas da Divisão de Comunicação e Relações Públicas	74
Anexo C Regulamento Geral do Serviço da GNR	77
Anexo D Distribuição de seguidores da página da GNR por países	80
Anexo E Posição geral da GNR	81

Índice de figuras

Figura 1 – Distribuição de perfis criados por rede social	18
Figura 2 – Distribuição de seguidores por mês, durante os meses Janeiro-Junho de 2014 do <i>facebook</i> da GNR	28
Figura 3 – Distribuição de seguidores por mês, durante os meses Janeiro-Junho de 2014 do <i>twitter</i> da GNR	29
Figura 4 – Distribuição de visualizações por âmbito temático, durante os meses Janeiro-Junho de 2014 do <i>facebook</i> da GNR	30
Figura 5 – Descrição dos objetivos, pergunta de partida, perguntas derivadas e hipóteses	55
Figura 6 – Descrição da estrutura do Trabalho de Investigação Aplicada.....	56
Figura 7 – Órgãos dependentes do Comandante-Geral	57
Figura 8 – Organograma da DCRP	58
Figura 9 – Composição da DCRP	73
Figura 10 – Distribuição de seguidores por países	80
Figura 11 – Posição Geral da GNR	81

Índice de quadros

Quadro 1 – Atribuições da DCRP	21
Quadro 2 – Atribuições da Repartição de Comunicação.....	22
Quadro 3 – Textos mais visualizados no período em observação.....	30
Quadro 4 – Análise comparativa	32
Quadro 5 – Caraterização dos entrevistados	32
Quadro 6 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 1	33
Quadro 7 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 2	34
Quadro 8 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 3	36
Quadro 9 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 4	37
Quadro 10 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 5	38
Quadro 11 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 6	39
Quadro 12 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 7	40
Quadro 13 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 8	41
Quadro 14 – Caraterização dos entrevistados.....	61
Quadro 15 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 1	64
Quadro 16 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 2.....	65
Quadro 17 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 3.....	66
Quadro 18 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 4.....	67
Quadro 19 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 5.....	68
Quadro 20 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 6.....	69
Quadro 21 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 7.....	69

Quadro 22 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à	
Questão n.º 8.....	70

Lista de apêndices e anexos

Apêndices	54
Apêndice A – Descrição dos objetivos, pergunta de partida, perguntas derivadas e hipóteses.....	55
Apêndice B – Descrição da estrutura do Trabalho de Investigação Aplicada.....	56
Apêndice C – Órgãos dependentes do Comandante-Geral	57
Apêndice D – Articulação da Divisão de Comunicação e Relações Públicas.....	58
Apêndice E – Carta de apresentação	59
Apêndice F – Caracterização dos entrevistados	61
Apêndice G – Guião de entrevista.....	62
Apêndice H – Grelhas de análise de conteúdo	64
Anexos	72
Anexo A – Composição da Divisão de Comunicação e Relações Públicas.....	73
Anexo B – Atribuições, articulação e tarefas da Divisão de Comunicação e Relações Públicas	74
Anexo C – Regulamento Geral do Serviço da GNR	77
Anexo D – Distribuição de seguidores da página da GNR por países	80
Anexo E – Posição geral da GNR	81

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

AM	Academia Militar
AR	Assembleia da República
APA	American Psychological Association
APDSI	Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação
Apud	Citado em
ARPA	Advanced Research Project Agency
ARPANET	Advanced Research Project Agency Net
CE	Conselho da Europa
CEMGFA	Chefe do Estado-Maior General das Forças Armadas
CERN	Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear
CG	Comando-Geral
Cfr.	Conferir em
CNPD	Comissão Nacional de Proteção de Dados
CRP	Constituição da República Portuguesa
Cter	Comando Territorial
DCRP	Divisão de Comunicação e Relações Públicas
DPERI	Divisão de Planeamento Estratégico e Relações Internacionais
EG	Escola da Guarda
E.	Entrevistado
Et al.	E outros
FA	Forças Armadas
FSS	Forças e Serviços de Segurança
GNR	Guarda Nacional Republicana
H	Hipótese
IESM	Instituto de Estudos Superiores Militares
INE	Instituto Nacional de Estatística

ISCPSI	Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna
LOGNR	Lei Orgânica da Guarda Nacional Republicana
LPDP	Lei de Proteção de Dados Pessoais
MAI	Ministério da Administração Interna
NEP	Normas de Execução Permanente
NU	Nações Unidas
N.º	Número
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
OE	Objetivos Específicos
p.	Página
PD	Pergunta Derivada
PGR	Procuradoria-Geral da República
Q.	Questão
RCTIA	Relatório Científico do Trabalho de Investigação Aplicada
RGSGNR	Regulamento Geral do Serviço da Guarda Nacional Republicana
SAPO	Serviço de Apontadores Portugueses
s.d.	Sem data
TIA	Trabalho de Investigação Aplicada
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
UE	União Europeia

Capítulo 1

Apresentação do trabalho de investigação

1.1. Introdução

O presente Trabalho de Investigação Aplicada (TIA), subordinado ao tema: "*A Guarda Nacional Republicana e as redes sociais: usos, potencialidades e riscos*" surge no âmbito do estabelecido no curso de formação de Oficiais destinados aos quadros permanentes da Guarda Nacional Republicana (GNR) na Academia Militar (AM), com o propósito da obtenção do Grau de Mestre em Ciências Militares, na especialidade de Segurança.

1.2. Enquadramento do tema

Tal como refere Alves (2008, p. 96), "as Novas Tecnologias da Informação vêm ampliar de forma extraordinária as capacidades e as expectativas no tocante à designada era da informação". Como tal, afirmam-se como uma realidade presente na Sociedade da Informação através da Internet e das ferramentas que esta disponibiliza, pelo que a forma como as utilizamos para comunicar tem vindo a evoluir, possibilitando às pessoas e às organizações a comunicação e troca de informação, independentemente do lugar onde se encontrem.

Vivemos numa época em que a informação ocupa cada vez mais um lugar de destaque, sendo esta gerida por instrumentos tecnológicos de informação adequados, permitindo o sucesso não só ao indivíduo enquanto elemento da Sociedade da Informação, como também às instituições e organizações de que delas fazem parte.

Com efeito, numa sociedade onde as novas tecnologias dominam a atualidade, as Forças de Segurança (FS) deverão usar-se do conhecimento adquirido na informação disponibilizada como forma de se adaptarem e acompanharem a mudança e "para assim encontrarem os equilíbrios que lhe permitam manter-se à altura da sociedade de que fazem parte" (Idem, p. 97). Perante tais factos, cabe às FS acompanhar as tendências, de

forma a corresponder às necessidades de uma sociedade cada vez mais exigente.

1.3. Problema de investigação: escolha, formulação e justificação

A sociedade atual, ligada pelas novas tecnologias, as quais estando presentes na maioria das atividades desenvolvidas pelo cidadão, vieram criar uma aproximação entre os diversos interlocutores, reduzindo o espaço entre eles.

A utilização de plataformas como as redes sociais é o reflexo das inovações tecnológicas socialmente disponíveis, surgindo daqui o interesse em aprofundar esta temática, analisando os fenómenos e as dinâmicas sociais existentes neste tipo de redes.

Enquanto estrutura social que permite estabelecer uma relação ou várias relações, entre pessoas, organizações, instituições, as redes caracterizam-se pela possibilidade de estabelecer relações não hierarquizadas.

A opção por este enfoque prende-se com várias razões, a começar pelo facto das redes sociais serem uma plataforma em ascensão, em resultado dos recursos existentes, e de o cidadão ser cada vez mais um utilizador ativo das dinâmicas tecnológicas, sendo reflexo disso o número de utilizadores participantes nas redes sociais em Portugal ter atingido, no final de 2013, aproximadamente 4 125 000¹.

A presença da GNR nas redes sociais é uma realidade que acaba por afigurar modernização e proximidade com os cidadãos, permitindo estabelecer relações com a sociedade, potenciando "atividades policiais", como prestação de serviços através da transmissão de informação, promovendo a imagem de um Força de Segurança moderna.

Desta forma, considera-se importante investigar a utilização que a GNR faz das redes sociais e, ao mesmo tempo, apurar em que medida a partilha de informação policial incrementa a comunicação com a população, facilitando a perceção da opinião dos cidadãos face ao trabalho desenvolvido, e ver o pulsar das reações e o sentimento face à instituição.

O objetivo desta investigação vai no sentido de caracterizar o uso que a GNR faz das redes sociais, procurando determinar as potencialidades decorrentes e averiguar aspetos sensíveis quanto à dinâmica que esse uso implica.

¹ De acordo com o estudo "Os Portugueses e as Redes Sociais 2013", realizado pela *Marktest Consulting*.

1.4. Delimitação da abordagem

Tendo presente a existência de várias redes sociais, dando-lhes grande abrangência, foram selecionadas por nós as redes sociais em que a GNR participa. Como tal, foram analisadas as seguintes cinco redes: *Facebook*, *Twitter*, *Sapo Videos*, *Youtube* e *Flickr*.

Por um lado o intuito é analisar cada rede social face ao uso que a GNR faz da mesma e por outro analisar a adesão do público participante nas redes.

No que se refere aos dados fornecidos pela Divisão de Comunicação e Relações Públicas (DCRP), apenas foram tratados os respeitantes ao período temporal de janeiro a junho de 2014, uma vez que existe um sem número de publicações num ano, tornando inviável alargar o estudo à data da sua criação.

1.5. Objetivos

Numa investigação, o objetivo "constitui um enunciado declarativo que precisa as variáveis-chave, a população alvo e a orientação da investigação, indicando, conseqüentemente, o que o investigador tem intenção de fazer no decurso do estudo" (Freixo, 2011, p. 164).

Assim sendo, o presente trabalho de investigação tem como **objetivo geral** descrever os usos que a GNR faz das redes sociais, procurando descortinar as respectivas potencialidades e eventuais riscos.

Do conjunto dos objetivos deve estabelecer-se uma diferenciação entre os objetivos gerais e específicos, pois " tanto os objetivos gerais como os específicos permitem o acesso gradual e progressivo aos resultados finais" (Baptista e Sousa, 2011, p. 26).

Assim, foram definidos os seguintes **objetivos específicos** (OE)²:

- Caracterizar as redes sociais utilizadas pela GNR;
- Avaliar a necessidade de controlo do fluxo de informação disponibilizada à sociedade através das redes sociais;
- Verificar de que forma a utilização das redes sociais por parte da GNR potencializa a comunicação com o cidadão.

² Ver Apêndice A – Descrição dos objetivos, pergunta de partida, perguntas derivadas e hipóteses.

1.6. Pergunta de Partida

Numa investigação, a primeira dificuldade é "traduzir o que vulgarmente se apresenta como um foco de interesse ou uma preocupação relativamente vaga num projeto de investigação operacional" (Quivy e Campenhoudt, 2008, p. 31). Como tal, é fundamental "enunciar o projeto de investigação na forma de uma pergunta de partida" (Idem, p. 32).

Deste modo, como a investigação pretende tratar da problemática associada ao uso das redes sociais por parte da GNR, a pergunta de partida é "*De que forma os conteúdos colocados nas redes sociais por parte da Guarda Nacional Republicana são geridos?*"³

1.7. Perguntas derivadas

Mediante a pergunta de partida anteriormente referida, que já por ela é ampla, foi necessário orientar e dividir o estudo a fazer acerca da temática, pois as perguntas derivadas "*decorrem diretamente do objetivo e especificam os aspetos a estudar*" (Fortin, 2009, p. 101), pelo que levantámos as seguintes perguntas derivadas (PD):

PD1 – *Que tipo de orientações específicas se aplicam na gestão das redes considerando quer os conteúdos divulgados pela GNR, quer os conteúdos oriundos do público participante nas redes?*

PD2 – *Quais são temas abordados com maior importância nos conteúdos partilhados?*

PD3 – *De que modo a informação partilhada nas redes sociais incrementa/potencializa a comunicação com o cidadão?*

1.8. Hipóteses de investigação

Segundo Baptista e Sousa (2011, p. 26), "as hipóteses são uma resposta prévia ao problema proposto e, habitualmente, são desenvolvidos com base em estudos anteriormente realizados de acordo com tema escolhido", pelo que a " hipótese deve justificar o trabalho da parte empírica da investigação" (Hill e Hill, 2002, p. 22).

³ Ver Apêndice A – Descrição dos objetivos, pergunta de partida, perguntas derivadas e hipóteses.

Tendo em consideração que "uma hipótese é uma proposição que prevê uma relação entre dois termos (...) uma pressuposição que deve ser verificada" (Quivy e Campenhoudt, 2008, p. 136), foram elaboradas as seguintes hipóteses (H)⁴:

H1 – *A gestão dos conteúdos presentes nas redes sociais da GNR é regulada por doutrina própria.*

H2 – *Os temas abordados nos conteúdos publicados incidem predominantemente sobre a atividade diária realizada pelo dispositivo.*

H3 – *As redes sociais incrementam a comunicação com o cidadão.*

1.9. Metodologia

Adotaram-se as normas para a redação do Relatório Científico do TIA (RCTIA) tal como constam da Norma de Execução Permanente (NEP) 520/2^a, de 1 de junho de 2013 da AM, recorrendo adicionalmente às normas da *American Psychological Association* (APA) nos casos omissos na referida NEP. Foi também consultado o Guia Prático sobre Metodologia Científica, de Sarmiento (2013).

Ainda no que diz respeito à redação, foi utilizado o novo acordo ortográfico.

No que às figuras, tabelas ou quadros diz respeito, apenas estão acompanhadas de fonte aquelas que não são de elaboração própria, pelo que a ausência de qualquer referência indica que por nós foram elaborados.

A recolha dos dados foi realizada através de:

- Pesquisa documental;
- Pesquisa bibliográfica;
- Inquéritos por entrevista (com tratamento por análise de conteúdo).

Assim, a formulação das questões e das hipóteses, bem como o propósito e a finalidade da investigação, tem em linha de conta o que se aferiu pela revisão da literatura e pelas primeiras observações exploratórias das redes sociais da GNR. A essa fase de definição da problemática e de enquadramento teórico sucede-se a vertente prática.

Esta tem subjacente a observação e análise dos conteúdos presentes nas ligações da internet a redes sociais, bem como a recolha de informação através de entrevistas e de

⁴ Ver Apêndice A – Descrição dos objetivos, pergunta de partida, perguntas derivadas e hipóteses.

outros documentos designadamente estatísticas.

1.10. Estrutura

Nesta investigação identificam-se três partes distintas, as quais consistem na teórica, na prática, e uma última relativa às conclusões e recomendações.

Relativamente à estrutura, o trabalho é constituído por seis capítulos⁵, correspondendo os dois primeiros à parte teórica, os seguintes quatro à parte prática, e o último à parte conclusiva.

No primeiro capítulo – Introdução – é dado a conhecer a justificação e pertinência do tema. São enumerados os objetivos, as perguntas e as hipóteses levantadas, e apresentada a metodologia adotada no estudo.

No segundo capítulo – Revisão da Literatura – apresenta-se o levantamento do estado da arte, permitindo assim aferir conhecimentos pertinentes para a condução do trabalho.

A parte prática inicia-se com o terceiro capítulo – As redes sociais e a Guarda Nacional Republicana – apresenta-se a Divisão da Comunicação e Relações Públicas e a respetiva ação enquanto responsável pela monitorização das ferramentas associadas à Internet.

No quarto capítulo – Trabalho de Campo e Metodologia de Investigação – onde se sistematiza a metodologia e descreve as técnicas e instrumentos utilizados na recolha e tratamento de dados.

No quinto capítulo – Apresentação, Análise e Discussão dos Resultados – são analisados numa primeira fase as estatísticas mensais relativamente aos acessos de duas redes sociais de que a GNR faz uso, tendo em conta a limitação temporal apresentada. São apresentados alguns dados relativos a dois estudos desenvolvidos pela *Marketest Consulting*. São também analisados todos os dados recolhidos pelos inquéritos por entrevistas, através de quadros de análise.

No último capítulo – Conclusões e Recomendações – é apresentada a resposta à pergunta de partida, bem como às derivadas, justificadas com o capítulo anterior. Sistematizam-se ainda algumas reflexões finais, explicitam-se as limitações sentidas durante a realização do trabalho, e termina-se com uma de sugestão para investigações futuras.

⁵ Ver Apêndice B – Descrição da estrutura do Trabalho de Investigação Aplicada.

Segue-se a bibliografia e os apêndices, que embora não se constituam como capítulo, são igualmente uma parte fundamental no trabalho.

Capítulo 2

Revisão da Literatura

2.1. A Sociedade da Informação

Antes de se explorar e desenvolver o capítulo acerca das redes sociais, é necessário recuarmos até à sua génese, de forma a conseguirmos perceber de que forma estas constituem um novo paradigma da Sociedade da Informação.

2.1.1. O conceito de Sociedade da Informação

No final da década de 60 as sociedades sofreram revoluções tecnológicas que, aliadas a outros fatores, criaram as condições ideais para o despontar da Sociedade da Informação.

Segundo Lyon (1992) o conceito tornou-se frequente com Alvin Toffler⁶ e a sua *Terceira Vaga*. A *Primeira Vaga* terá sido a agrícola, a *Segunda* a industrial, e a *Terceira* a da sociedade da informação, resultante da conjugação entre computadores, telecomunicações e biotecnologia. Tal como o autor nos apresenta, o conceito assume maior visibilidade na sociedade do pós-industrialismo, resultado da importância económica que se fazia notar no setor de prestação de serviços e do desenvolvimento da ciência.

Para Bell (*apud* Lyon, 1992, p. 3) "a sociedade da informação está (...) e prevê o desenvolvimento de um novo quadro de referência social", no qual as telecomunicações assumem um papel preponderante no encaminhamento das mudanças económicas e sociais.

Assim, nesta linha, a generalidade dos autores enfatiza a importância das tecnologias da informação e comunicação (TIC) "na transformação da forma de gerar, tratar e distribuir informação, e o modo como se intensificou a velocidade, armazenamento e

⁶ As obras deste escritor americano incidem essencialmente sobre comunicação, expansão de empresas e futurismo (The European Graduate School, s.d.).

transmissão da comunicação da mesma a nível global e a baixo custo, produzindo uma mudança fundamental nas formas tradicionais de investigação, produção e consumo da economia" (Lemos *apud* Moreira, 2007, p. 597).

De acordo com Lyon (1992, p. 1), "de um dia para o outro, tornou-se impossível alcançar o sucesso, em praticamente qualquer campo, sem recorrer às tecnologias da informação". Deste modo, a Sociedade da Informação é um tipo de sociedade que está em constante expansão, tendo como principais responsáveis as TIC.

Fruto da constante mudança atual, Castells (2005) elucida que o conceito de sociedade da informação sempre existiu, o que surgiu de novo foram as redes tecnológicas, que "ao longo da história têm constituído uma grande vantagem e (...) por um lado, são as formas de organização mais flexíveis e adaptáveis, seguindo de um modo muito eficiente o caminho evolutivo dos esquemas sociais humanos" (Idem, p.17). Já Lyon (1992), esclarece que o pensamento em rede surgiu mediante a soma da dimensão multimédia com a interatividade, onde a sociedade da informação criou a partir da interatividade, cidadãos cada vez mais ativos.

Este conceito será abordado posteriormente no trabalho, no subcapítulo 2.3. Internet: elemento estruturador da Sociedade da Informação.

2.1.2. A Sociedade da Informação em Portugal

Podemos considerar que a reflexão sobre o futuro da sociedade da informação é uma "necessidade inequívoca" (Correia *apud* Coelho, 2007, p. 46), tendo em conta as transformações já verificadas. Nunes (2001, p. 36) partilha da ideia afirmando que "face à necessidade crescente de saber gerir a mudança, torna-se indispensável, as organizações existentes, implementarem mecanismos que permitam gerir a informação disponível e estruturar os seus processos de decisão".

Foi na década de 80 que as tecnologias da informação começaram a ter relevância em Portugal, quando investigadores portugueses enriqueceram a sua formação noutros países, levando à produção de novos conhecimentos científicos e tecnológicos (Figueiredo, 2007). Inicia-se nesta fase aquilo que se denomina como o "início da abordagem estratégica, pelo poder político, em Portugal, do fenómeno da Sociedade da Informação" (Idem, p. 145).

O conceito de Sociedade da Informação viria a surgir posteriormente aquando da

criação do *Livro Verde Para a Sociedade da Informação em Portugal*⁷, sendo definido como um "modo de desenvolvimento social e económico em que a aquisição, armazenamento, processamento, valorização, transmissão, distribuição e disseminação de informação conducente à criação de conhecimento e à satisfação das necessidades dos cidadãos e das empresas, desempenham um papel central na atividade económica, na criação de riqueza, na definição da qualidade de vida dos cidadãos e das suas práticas culturais" (*Livro Verde Para a Sociedade da Informação em Portugal*, 1997, p. 5).

A propósito destes acontecimentos, Nunes (2001) afirma que os mesmos se constituíram como um referencial que permitiu aproximar Portugal a uma Sociedade da Informação. Para o mesmo autor, "a aposta específica na Sociedade da Informação, por parte de cada país, implica procurar aumentar as capacidades de cada cidadão nesta área, utilizando as TIC para melhorar o sistema de enquadramento, tornando-o mais eficiente e eficaz" (Idem, p. 38).

Para concluir, apesar de distintas conceções e pontos de vista ao analisar os vários autores, todos admitem que a utilização das TIC é uma realidade bem presente nas sociedades atuais, com implicações na vida dos cidadãos em geral e nas instituições. Na visão de Sampaio (2007, p. 17) "a utilização maciça das novas tecnologias da informação e da comunicação corresponde a um dos desafios atuais que se deparam as sociedades".

2.2. Implicações jurídicas da Sociedade da Informação

2.2.1. Proteção da segurança da informação

Se, por um lado, as novas tecnologias são dinamizadoras de desenvolvimento e facilitam a comunicação e transmissão de dados, por outro, podem revelar-se um problema. Um dos problemas e desafios decorrentes da centralidade da informação e dos usos sociais potenciados pelo incessante desenvolvimento das TIC diz respeito à proteção da informação de forma a não colocar em causa os direitos, liberdades e garantias dos cidadãos.

Verifica-se, assim, uma necessidade crescente de conciliar as potencialidades das tecnologias com a proteção de dados pessoais, configurando a necessidade de medidas

⁷ Tem como objetivo a "reflexão estratégica para a definição de um caminho de implantação da Sociedade da Informação em Portugal" (*Livro Verde Para a Sociedade da Informação*, 1997, p. 7).

preventivas no sentido de garantir uma adequada proteção contra o tratamento indevido de dados pessoais.

Assim sendo, neste capítulo procura-se enumerar quais os instrumentos que Portugal tem ao seu dispor, por forma a garantir a segurança dos Estados e, consequentemente, dos cidadãos.

Com a crescente importância da informação e o desenvolvimento vertiginoso das novas tecnologias, diversas instituições como a União Europeia (UE), o Conselho da Europa (CE), a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) e as Nações Unidas (NU), intensificaram a utilização de mecanismos e instrumentos para a proteção da privacidade e para evitar o uso indevido das tecnologias da informação (Vaz, 2007).

Como tal, outra das medidas proposta é a criação de uma comissão envolvendo o Ministério da Justiça e a Comissão Nacional de Proteção de Dados Pessoais Informatizados⁸, tendo como missão o tratamento dos registos informáticos.

Neste processo, as orientações da UE, revelar-se-iam importantes, devendo estas matérias ser abordadas, não só no âmbito nacional, mas também sob o ponto de vista da transferência de dados transfronteiriços (Idem).

No âmbito jurídico, é na Constituição da República Portuguesa (CRP) e na Lei de Proteção de Dados Pessoais (LPDP) que está estabelecido o conceito de dados pessoais. No n.º 2, do artigo 35º, da CRP está consagrado que "a lei define o conceito de dados pessoais, bem como as condições aplicáveis (...) através de entidade administrativa independente".

Por outro lado, nos termos da alínea a), do artigo 3º, da LPDP, a definição de dados pessoais corresponde "a qualquer informação, de qualquer natureza e independentemente do respetivo suporte, incluindo som e imagem, relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável (titular de dados); é considerada identificável a pessoa que possa ser identificada direta ou indiretamente, designadamente por referência a um ou mais elementos específicos da sua identidade física, fisiológica, psíquica, económica, cultural ou social".

Em Portugal, a primeira lei que surgiu sobre esta temática foi a Lei n.º 10/ 91, de 29 de abril, que só abordava dados pessoais informatizados, vindo a ser alterada pela Lei n.º 27/94, de 29 de agosto (Vaz, 2007). Mais tarde, em 1998, é aprovada a Lei da

⁸ Atual Comissão Nacional de Proteção de Dados.

Proteção de Dados⁹ de forma a reforçar a livre circulação dos dados pessoais, surgindo como resultado da Diretiva n.º 95/46/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de outubro de 1995 (Idem). Este diploma aplica-se ao tratamento de dados pessoais, podendo ser automatizados ou não, de acordo com o descrito no n.º 1, do artigo 4º, da Lei n.º 67/98.

O mesmo autor acrescenta que este diploma poderá ser aplicado ao tratamento de dados que tenham por objetivo a segurança pública, defesa nacional e segurança do Estado¹⁰. Nesse sentido, foi incumbido a uma entidade administrativa independente, a Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPd), a função de tratar esses dados, sendo a única com esta competência, e atuando segundo as normas explanadas no procedimento administrativo. Integra-se na Assembleia da República (AR), que segundo o n.º 1, do artigo 21º, da Lei n.º 67/98 não fica sujeita a entidades ou organismos externos, estando assim salvaguardada a sua independência (Silveira, 2007).

De acordo com a referida lei, compete à Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPd) o tratamento de dados pessoais, uma vez que possui atribuições e competências de emissão de pareceres, de decisão, de poder regulamentar, de investigação e deveres de controlo, segundo os artigos 21º e 22º.

Além dos vários diplomas enumerados até então, é de salientar mais dois que transpõem diretivas da UE, nomeadamente a Lei do Comércio Eletrónico e Lei de Direito de Autor na Sociedade da Informação, que correspondem à harmonização de normas do direito de autor e dos direitos conexos. Estes diplomas surgiram após a publicação do Livro Verde e configuram o "Direito da Sociedade da Informação" (Rocha, 2007, p. 510).

2.3. Internet: elemento estruturador da Sociedade da Informação

2.3.1. Internet: da sua génese à modernização

Quando se fala em Sociedade de Informação, temos de abordar uma das suas possibilidades, a *Sociedade em Rede*. Quando nos referimos a algo em rede, inexora-

⁹ Lei n.º 67/98, de 26 de outubro.

¹⁰ Desta situação excetuam-se os casos em que haja legislação específica ou normas de direito internacional que se aplicam em Portugal (Vaz, 2007).

velmente associamos à Internet¹¹, que para Castells (2000, p. 32) representa a “base material e tecnológica da sociedade em rede; é a infraestrutura tecnológica e o meio organizativo que permitem o desenvolvimento de uma série de novas formas de relação social”. Esta relação, que acaba por ser virtual, característica da Internet, transforma a virtualidade em sociedade em rede, configurando a sociedade em que vivemos (Idem).

Para Nunes (2001, p.39), a "Internet constitui hoje uma plataforma aberta da comunicação, caracterizada pela facilidade de acesso, produção e divulgação da informação" (Idem, p. 39).

Verifica-se, deste modo, que a utilização das tecnologias ligadas à internet permite a partilha de informação, incrementando relações entre os diversos utilizadores, independentemente do local onde se encontrem. Tal facto constitui-se como "um novo paradigma da Sociedade da Informação" (Caraça *apud* Coelho, 2007, p. 25).

Segundo Martins e Nunes (2008), as origens da Internet encontram suporte no trabalho desenvolvido pelos Estados Unidos, mais concretamente pela Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa Norte-Americano, denominada por *Advanced Research Project Agency* (ARPA), desenvolvida para proteger o sistema de comunicações caso ocorra um ataque nuclear.

Tal como explica Castells (2002, p. 8), "o resultado foi uma arquitetura de rede que (...) não podia ser controlada a partir de nenhum centro", da qual resultou a *Advanced Research Project Agency Net* (ARPANET), que evitava a perda de informações que se encontravam nos computadores americanos.

Com esta evolução, tornou-se possível a ligação desta rede a outras redes de computadores, introduzindo-se o conceito de a “rede das redes” (ARPANET-INTERNET), que passou a designar-se Internet na década de 80 (Castells, 2007).

Tendo em conta as origens da Internet como resultado da evolução e mutação das TIC, podemos considerar que a mesma, além de uma tecnologia, é uma forma de comunicação a nível global (Idem). Face a esse desenvolvimento, começou-se a reconhecer as potencialidades do seu uso como forma de promover a participação ativa dos cidadãos a uma escala Mundial.

Deste feito, surge, numa primeira fase, em 1999, a iniciativa *eEuropa*, cujo objetivo principal era a participação de todos (cidadãos, escolas, e empresas) na exploração

¹¹ Carvalho (2008, p. 234) explica o significado de net ou rede, que se traduz no “conjunto de redes informáticas interligadas através do protocolo IP (*Internet Protocol*). A Internet suporta serviços como, por exemplo, a *World Wide Web*”.

das TIC (Comissão Europeia, 2013). Para Bilhim e Neves (2007, p. 375) essa iniciativa afigurava-se como "um dos seus objetivos basilares" que contribuía para a eficácia da Gestão e Administração Pública.

Atualmente, destacamos a Agenda Digital para a Europa¹² como sendo a iniciativa que permitiu definir a importância da utilização das TIC no desempenho da Europa. Nesta perspetiva, surgiu o *eGovernment*¹³ para melhorar os serviços e a informação disponibilizados aos cidadãos, impulsionando a transparência do sector público (APDSI, 2003). Segundo Mateus (2008), este projeto tem sido uma aposta dos últimos governos de Portugal, potencializando a modernização da Administração Pública e a melhoria nos serviços públicos.

No contexto deste trabalho, interessa caracterizar, ainda que sumariamente, as práticas que o Ministério da Administração Interna (MAI)¹⁴ levou a cabo no sentido de desenvolver as áreas do *eGovernment* em Portugal. Para tal, desenvolveu o Plano Tecnológico que tinha como objetivo ampliar e reforçar a competitividade de Portugal comparativamente com outros Estados-Membros (Plano Tecnológico, 2009). Este plano apresenta-se segundo três pressupostos: conhecimento, tecnologia e inovação (Idem).

De forma a concretizar os mesmos, a estratégia passava por qualificar os cidadãos para a sociedade do conhecimento, colmatar as lacunas no que se refere à tecnologia e ciência, e promover a inovação de forma a responder aos desafios da globalização (Coelho, 2007).

2.3.2. Internet: aplicações *web*

A Internet como se apresenta hoje resulta de uma evolução com base em trabalhos que foram desenvolvidos por investigadores, sendo que o maior contributo é atribuído a Tim Berners-Lee, enquanto desenvolvia trabalhos na Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear (CERN), intitulado de "*pai da Web*" (Bellis, [s.d.]). Desta for-

¹² A "Agenda Digital para a Europa" constitui uma das sete iniciativas da Estratégia Europa 2020 e visa definir o importante papel que a utilização das TIC tem no desempenho da Europa para a concretização das suas ambições para 2020 (Comissão Europeia, 2013).

¹³ Também designado Governo Eletrónico (Bilhim e Neves, 2007).

¹⁴ Segundo o Decreto-Lei n.º 126-B/2011, de 29 de dezembro, o Ministério da Administração Interna "é o departamento governamental que tem por missão a formulação, coordenação, execução e avaliação das políticas de segurança interna, de controlo de fronteiras, de proteção e socorro, de segurança rodoviária e de administração eleitoral".

ma, surgiu a *Web*¹⁵, que representa hoje um dos serviços mais conhecidos de que a Internet dispõe. Com esta aplicação, os acessos aos conteúdos existentes na *Web* apenas permitiam a leitura dos mesmos. (Chang [et al.], 2010).

A segunda versão surgiu em 2004, quando os responsáveis pela área editorial de tecnologia da empresa norte-americana *O'Reilly* averiguaram a importância da *Web* e da necessidade de se alterar, passando a designar-se esta nova aplicação por *Web 2.0* (Anderson, 2012).

Contudo, para Breslin [et al.] (2009), o termo *Web 2.0* não se refere a uma atualização da *Web*, mas sim a novas estruturas e abstrações que surgiram na *Web* já existente. Partilhando desta ideia, Rgby (2008) afirma aquando do aparecimento deste conceito, que o mesmo tem como base as tecnologias produzidas durante a inovação da Internet no período compreendido entre 1995 e 2001.

Marcante do desenvolvimento da *Web 2.0* é o fato de permitir ao utilizador da Internet deixar de ser uma figura passiva e passar a ser um utilizador ativo contribuindo com conteúdos (Carrera, 2009). Corroborando desta ideia, O'Reilly (*apud* Governor [et al.], 2009) assinala que a aplicação configura novos modelos de interação entre as diferentes sociedades, pessoas, computadores e *software*, permitindo a relação entre a experiência humana e a tecnologia.

Segundo Breslin [et al.] (2009), fazem parte desta nova aplicação *Web* serviços e tecnologias tais como *blogs*, *wikis*, *folksonomias*, e *podcasts*. Outras das ferramentas que servem de interação para proporcionar a participação e tornar qualquer utilizador num produtor de conteúdos são aplicações como *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Sapo Videos* e *Flickr*, que representam as redes sociais que a GNR utiliza.

Atualmente encontramos-nos perante uma nova aplicação, a *Web 3.0*, também denominada *Web Semântica*. As novas funcionalidades desta nova aplicação *Web*, conjuntamente com as já existentes da *Web 2.0*, facilitam a interpretação por parte das aplicações informáticas (Mika, 2007).

A *Web Semântica* é uma extensão da *Web 2.0*, permitindo que os computadores e pessoas trabalhem em cooperação, possibilitando que os dados sejam processados e decodificados ao invés de serem só apresentados (Lee [et al.], 2001).

¹⁵ Designação para *World Wide Web*, também nomeada por *www*. Carvalho (2008, p. 237) esclarece o significado indicando que "pode traduzir-se por teia em português".

2.3.3. Web 2.0: redes sociais

Com o aparecimento da Web 2.0, alterou-se a forma como se acede à informação e como se comunica. Tal como refere Richardson (*apud* Carvalho, 2008, p. 12), várias foram as mudanças que permitiram um "processo contínuo de criação e partilha".

A primeira rede social reconhecida, a *SixDegrees*, tem a sua génese em 1997, e permitia aos seus utilizadores a criação de perfis pessoais (Boyd e Ellison, 2007). Deste modo, nasce o fenómeno das redes sociais *online*, que alteraram em muito a forma de estar das pessoas na *Web* (Pinto, 2014).

A mais generalista e famosa rede social atual é o *facebook*, com criação no ano de 2004, onde os utilizadores interagem através de um conjunto de ferramentas¹⁶ e aplicações que permitem comunicar e partilhar informação *online* (Educause, 2007).

Considerando os vários componentes da *Web 2.0*, o *flickr* é outra das redes sociais que permite a partilha de imagens, desenhos, ilustrações e fotografias, havendo a possibilidade de se criar álbuns que podem ser visualizados em diferentes locais do Mundo (Cruz, 2008). Esta rede viria a conhecer a sua maior expansão aquando do alargamento do serviço a mais de sete idiomas, incluindo o português (Idem).

A rede *youtube* foi criada em 2005 com o objetivo de qualquer pessoa conseguir colocar os seus vídeos realizados durante as viagens *online* (Carvalho, 2008). Contudo, evoluiu "para outro tipo de portal, o de partilha de vídeos alusivos a diversas temáticas" (Caetano e Falkembach *apud* Carvalho, 2008, p. 197).

Em 2006, viria a ser apresentado o *twitter*, salientando-se como principais ferramentas a partilha de texto/mensagens pessoais com outros utilizadores, podendo ser atualizadas no próprio *site*¹⁷, correio eletrónico ou mensagens instantâneas (Moura, 2008).

Relativamente a Portugal, em 1995¹⁸ emerge o Serviço de Apontadores Portugueses (SAPO), tornando-se num portal com o objetivo de responder às necessidades dos utilizadores de Internet, disponibilizando o acesso a vários conteúdos, tais como

¹⁶ As principais ferramentas são a partilha do estado, vídeos e fotografias; criação de grupos, páginas, e eventos; e localização de pessoas, independentemente do local onde se encontrem (DigitalDiscovery, 2013).

¹⁷ Segundo Carvalho (2008, p. 236) significa "sítio na web. É constituído por um conjunto de páginas Web, ligadas umas às outras através de hiperligações, alojadas num servidor da Internet".

¹⁸ O serviço foi "lançado por seis membros da equipa de informática da Universidade de Aveiro, foi nas primeiras semanas apenas um conjunto de páginas *web* elaboradas manualmente, para em apenas algumas semanas depois, passar a utilizar *software* próprio" (SAPO, s.d).

notícias, serviços, lazer, *links*, mercado e pesquisa (SAPO, s.d.). Passados onze anos, é criada a SAPO Vídeos, ferramenta que permite o alojamento e partilha de vídeos na Internet (Idem).

2.3.4. Utilizadores das redes: breve caracterização

Para compreender a utilização das redes sociais por parte da GNR é necessário aprofundar algumas características dos utilizadores de Internet em Portugal. Como tal, neste subcapítulo vamos abordar dois estudos expressivos da dinâmica da sociedade portuguesa quanto ao acesso à Internet e participação nas redes sociais.

No ano de 2013 foi desenvolvido o estudo *Netpanel* da *Marktest*¹⁹, direcionada para analisar as audiências na Internet (Marktest, 2014).

De acordo com os dados apurados, verifica-se que 5,7 milhões de portugueses navegaram na Internet a partir de computadores pessoais, o que representa mais de metade da população portuguesa. Foram visitadas mais de 92,5 mil milhões de páginas, tendo cada utilizador visto, em média, 16 205 páginas. Relativamente ao tempo despendido nesse mesmo ano, superou as 11 274 milhões de horas, o que representa uma média de 223 horas na Internet por utilizador, afigurando uma hora e vinte minutos diários.

Em 2013, a Marktest Consulting desenvolveu também um estudo para conhecer os hábitos dos portugueses relativamente às redes sociais.

O referido estudo, intitulado "*Os Portugueses e as Redes Sociais 2013*", teve por base um universo total de 4 125 000 utilizadores com conta/perfil nas redes sociais. Foi aplicado a uma amostra de 820 indivíduos com idade compreendida entre os 15 e os 64 anos, residentes em Portugal Continental e utilizadores de redes sociais.

Da análise primária, verificamos que existe um elevado número de redes sociais em que a população portuguesa participa, refletindo desde logo que as redes sociais "são hoje dos *sites* com maior penetração em Portugal, e aqueles aos quais os portugueses dedicam mais horas de navegação" (Marktest, 2014).

De acordo com o estudo, como se verifica na Figura 1, a rede social que tem maior adesão por parte da sociedade portuguesa é o *facebook*.

¹⁹ O Grupo Marktest "é constituído por várias empresas especializadas na área de estudos de mercado e processamento de informação" (Marktest, 2002).

De fato 94,0% dos utilizadores de redes sociais têm perfil criado na rede *facebook*, seguidos do *youtube*, *twitter*, *instagram* e *flickr*, com percentagens de 38,9%; 18,6%; 15,4%; e 5%, respetivamente.

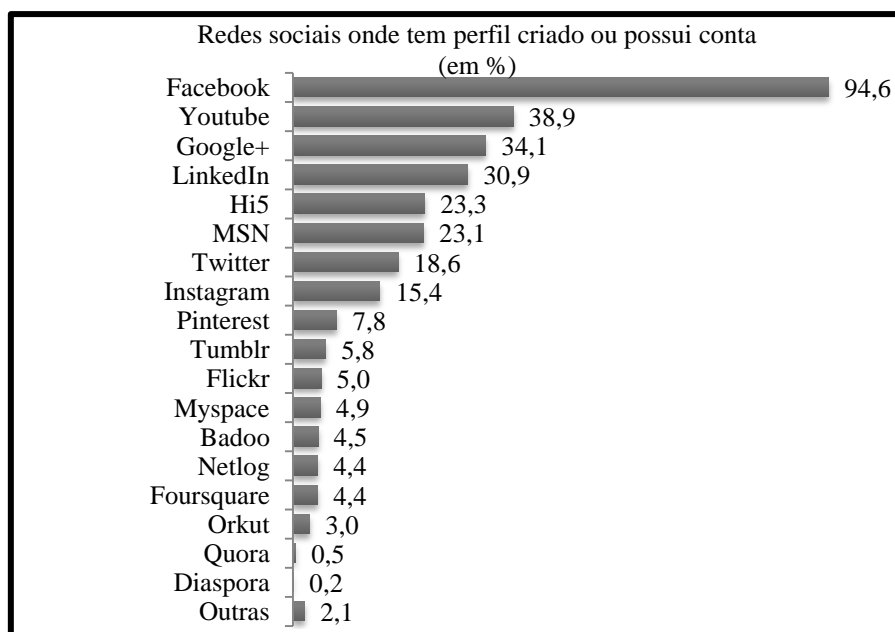


Figura 1 – Distribuição de perfis criados por rede social
 Fonte: Adaptado de Markttest Consulting, 2014

Atendendo à distribuição geográfica dos participantes nas redes sociais, verifica-se que o *facebook* tem mais seguidores no Litoral Norte, enquanto no Litoral Centro predomina *youtube*. A rede *twitter* e *instagram* apresentam os valores mais elevados na Grande Lisboa, seguindo-se o *flickr* no Interior Norte.

Relativamente às faixas etárias em que as redes sociais referidas anteriormente ganham relevância, apuramos que o *facebook* é comum a todas as faixas de idade, enquanto entre os mais jovens (15-24anos) predomina o MSN. Entre os indivíduos com mais de 24 anos assume destaque a adesão ao *linkedin*. Por sua vez, no escalão etário dos (35-64 anos), para além do *facebook* é o *google+* que tem mais adesão (Markttest, 2013).

Capítulo 3

As redes sociais e a Guarda Nacional Republicana

3.1. A Guarda Nacional Republicana

Segundo o plasmado no artigo 1.º, da Lei n.º 63/2007, que corresponde à Lei Orgânica da GNR (LOGNR), a GNR é "uma força de segurança de natureza militar, constituída por militares organizados num corpo especial de tropas e dotada de autonomia administrativa", tendo como missão "assegurar a legalidade democrática, garantir a segurança interna e os direitos dos cidadãos, bem como colaborar na execução da política de defesa nacional, nos termos da Constituição e da lei".

Na sua atuação policial, a GNR emprega as várias valências que a caracterizam, desde a segurança, fiscalização, ordenamento do território, proteção da natureza e do ambiente até ao combate de infrações fiscais. Além destas valências, a GNR desenvolve atuações ao nível da área honorífica e de representação do Estado.

Contudo, esta Força de Segurança não desenvolve missões unicamente de origem policial, apresentando-se também com outra função, a militar, o que a torna distinta das restantes forças ou serviços de segurança (Branco, 2010)

Pela sua natureza, a GNR enquadra-se no "conjunto das forças militares e das forças e serviços de segurança, pelo que se considera mais adequado designa-la por Força Militar de Segurança" (Idem, p. 241).

No cumprimento da sua atividade pode desempenhar missões em complemento com as Forças Armadas (FA), dando-lhe desta forma uma dupla dependência: Ministro da Administração Interna e o Ministro da Defesa Nacional, sendo colocada na dependência do Chefe do Estado-Maior General das FA (CEMGFA) (Ibidem).

Conforme o artigo 20.º, da LOGNR, a estrutura da GNR organiza-se em estrutura de comando, unidades e estabelecimento de ensino. Segundo o disposto no artigo 22.º do mesmo diploma, o Comando-Geral (CG) é uma das unidades pertencentes à GNR, encontrando-se na sua sede a DCRP, a qual irá ser abordada no subcapítulo subsequente.

3.1.1. Divisão de Comunicação e Relações Públicas

A natureza da GNR, o âmbito da sua missão e as elevadas responsabilidades que lhe estão acometidas implicam que esteja sempre sob o olhar atento da opinião pública. Por conseguinte, a GNR deverá "cuidar da sua imagem junto da opinião pública (...) e adequar a recolha e o tratamento das informações ao desempenho atualizado da função policial" (Alves, 2008, p. 98).

Para tal, a GNR possui a DCRP, que se encontra na direta dependência do Comandante-Geral²⁰ da GNR, conforme a alínea d), do artigo 1.º, do Despacho n.º 9634/2011, de 19 de julho. Esta divisão afigura a fonte oficial dos órgãos de Comunicação Social, cabendo-lhe conseqüentemente um importante papel nas áreas de comunicação e imagem (GNR, 2014).

No Regulamento Geral do Serviço da Guarda Nacional Republicana (RGSGNR) está definido o conceito de comunicação no n.º 1, do artigo 109.º como sendo "o processo que auxilia a promover a circulação e compreensão da informação produzida pela Guarda, ao nível interno e ou externo".

No mesmo regulamento, no n.º 2, do artigo 109.º, está definido a importância das relações públicas em "assegurar uma ligação estável entre a instituição e o meio que a rodeia, com o objetivo (...) de aumentar a credibilidade e notoriedade da sua imagem".

No que à organização diz respeito, a DCRP²¹ é chefiada por um oficial, sendo constituída por duas repartições: a de Comunicação, e a de Relações Públicas e Protocolo. Fazem parte da Repartição de Comunicação a Secção de Comunicação Interna e a Secção de Comunicação Externa. Por sua vez, a Secção de Eventos e Protocolo, e a Secção de Audiovisuais constituem a Repartição de Relações Públicas e Protocolo. A DCRP possui ainda na sua articulação o Núcleo de Apoio.

As atribuições da DCRP consagradas no artigo 6.º, do Despacho n.º 9634/2011, de 19 de julho, do Comandante-Geral da GNR são apresentadas no Quadro 1.

²⁰ Ver Apêndice C – Órgãos dependentes do Comandante-Geral.

²¹ Ver Anexo A – Composição da Divisão de Comunicação e Relações Públicas.

Quadro 1 – Atribuições da DCRP

<ul style="list-style-type: none">• Promover o desenvolvimento da imagem institucional e as atividades de relações públicas da Guarda;• Coordenar a aplicação de regras e normas de protocolo nas cerimónias oficiais da Guarda;• Planear, coordenar e realizar as atividades de informação pública;• Planear, coordenar e realizar as atividades de comunicação interna;
<ul style="list-style-type: none">• Desempenhar a função de porta-voz oficial e coordenar e executar a ligação do Comando da Guarda com os órgãos de comunicação social;• Coordenar o relacionamento do Comando da Guarda, Unidades e Estabelecimento de Ensino com os órgãos de comunicação social;• Recolher, processar, e analisar os elementos de informação divulgados pela Comunicação Social respeitantes à atividade da Guarda;
<ul style="list-style-type: none">• Coordenar e executar a gestão e a atualização do portal da Guarda e das novas ferramentas de comunicação associadas à <i>Internet</i>.• Garantir, em articulação com a DPERI²², a ligação protocolar, e de representação da Guarda, a entidades estrangeiras.

Relativamente aos recursos humanos diretamente envolvidos em funções na DCRP, estão afetos dezoito elementos, os quais estão distribuídos pela estrutura da divisão, tendo os mesmos formação superior, técnica e profissional na área de comunicação, e formação específica em *media training*.

3.1.2. Comunicação na GNR

Como referido anteriormente, a DCRP tem na sua constituição a Repartição de Comunicação²³, que é responsável por coordenar e executar a gestão e atualização das plataformas comunicacionais. Nas suas atribuições está definida a gestão e atualização das "novas ferramentas" associadas à Internet, onde se incluem as redes sociais de que a GNR faz uso.

As atribuições da Repartição de Comunicação, definidas segundo um documento

²² Divisão de Planeamento Estratégico e Relações Internacionais do Comando Operacional da GNR.

²³ Documento criado pelo DCRP/GNR (ver Apêndice D – Articulação da Divisão de Comunicação e Relações Públicas).

da autoria da DCRP²⁴, são apresentadas no Quadro 2.

Quadro 2 – Atribuições da Repartição de Comunicação

<ul style="list-style-type: none">• Planear, coordenar e executar as atividades de informação pública;• Planear, coordenar e realizar as atividades de comunicação interna;
<ul style="list-style-type: none">• Coordenar o relacionamento dos diversos comandos da Guarda com a comunicação social;• Recolher, processar, e analisar os elementos de informação divulgados pela Comunicação Social respeitantes à atividade da Guarda;
<ul style="list-style-type: none">• Coordenar e executar a gestão e a atualização do portal da Guarda e das novas ferramentas de comunicação associadas à <i>Internet</i>.

²⁴ Ver Anexo B – Atribuições, articulação e tarefas da Divisão de Comunicação e Relações Públicas.

Capítulo 4

Trabalho de Campo e Metodologia de Investigação

4.1. Tipo de estudo

Atendendo aos objetivos da presente pesquisa e à problemática em causa, optámos por recorrer à metodologia do estudo de caso, que “consiste numa investigação aprofundada de um indivíduo, de uma família, de um grupo ou de uma organização” sendo também adequado para “explicar relações de causalidade entre a evolução de um fenómeno e uma intervenção” (Fortin, 2009, p. 164).

Tendo presente que “uma investigação empírica é uma investigação em que se fazem observações para compreender melhor o fenómeno a estudar” (Hill e Hill, 2002, p. 19), essas mesmas observações levam-nos a formular conjeturas ou teorias que irão ou não de encontro às hipóteses levantadas, traduzindo-se esta verificação de hipóteses no método “hipotético-dedutivo” (Freixo, 2011, p. 100).

4.2. Técnicas e instrumentos de recolha e tratamento de dados

Tendo em conta as perguntas derivadas levantadas para a investigação, a par das hipóteses formuladas, e considerando ainda a natureza da investigação, a recolha e análise da informação incide fundamentalmente em procedimentos qualitativos, designadamente análise documental, entrevistas semiestruturadas e observação.

Para Ketele e Roegiers (1999), as entrevistas, a observação e a recolha documental constituem-se como três dos métodos principais utilizados para recolher dados.

O inquérito por entrevista é “um método de recolha de informações que consiste em conversas orais, individuais ou de grupos, com várias pessoas cuidadosamente selecionadas, cujo grau de pertinência, validade e fiabilidade é analisado na perspetiva dos objetivos da recolha de informações” (Idem, p. 18), pelo que a recolha de informação permitiu abordar também assuntos que não os que estavam inicialmente planeados.

Relativamente à observação efetuada requer "um planeamento prévio para o seu desenvolvimento" (Freixo, 2001, p.196). No caso, o plano de observação foi feito tendo em vista o acompanhamento das dinâmicas processadas nas redes sociais. Esta observação procurou também completar os dados estatísticos disponibilizados pela DCRP.

A análise documental é fundamental, seja "complementando informações obtidas por outras técnicas, seja através da descoberta de novos aspetos sobre um tema ou um problema" (Baptista e Sousa, 2011, p. 89).

4.2.1 Análise/observação documental: matriz de análise das redes sociais

Um modelo de análise consiste numa representação, onde se inserem "as dimensões essenciais a serem estudadas - os fatores-chave, conceitos ou variáveis - e as presumíveis relações que se estabelecem entre elas" (Miles e Huberman *apud* Baptista e Sousa, 2011, p. 43).

Para a análise das redes sociais elaborou-se uma grelha de análise, denominada "Análise Comparativa", onde se incluem as diferentes redes sociais e as variáveis mais pertinentes, nomeadamente *data de criação*, *n.º de seguidores*, existência de *fotografias* e *vídeos*.

Pretende-se caracterizar, numa primeira fase, as redes sociais em que a GNR participa e evidenciar de que forma a mesma está presente nas distintas redes. Posteriormente, pretende-se aferir o impacto que cada uma tem relativamente ao público que participa nas redes, considerando o n.º de seguidores.

Para além da matriz, foram também estudadas as análises estatísticas desenvolvidas pela DCRP relativamente às redes *facebook* e *twitter*, já que estas duas são as mais utilizadas pela GNR, proporcionando elevada qualidade de dados para complementar o trabalho de campo.

Relativamente às estatísticas referidas, as mesmas são obtidas mensalmente através da *Socialbakers*²⁵ complementadas com as próprias estatísticas realizadas através das funcionalidades das próprias redes.

²⁵ Empresa que realiza a análise de dados sobre as principais redes sociais (Socialbakers, 2014).

4.2.2. Inquérito por entrevista: participantes e modelo de análise

As entrevistas, segundo Sarmiento (2013), podem ser divididas em formais/estruturadas, semiformais/semiestruturadas e informais/não estruturadas.

Esta divisão realiza-se mediante os objetivos que se pretendem atingir com a investigação, pelo que as entrevistas levadas a cabo por nós se enquadram nas semiformais/semiestruturadas, permitindo ao entrevistado responder a perguntas elaboradas previamente num guião, evitando lacunas a nível de informação pretendida e dando possibilidade de abordar outros assuntos relacionados com a temática que considerasse pertinentes e não tivessem sido incluídos.

Como antes se referiu, realizaram-se inquéritos por entrevista à profissionais especialistas que pela atividade que desenvolvem estão particularmente aptos a contribuir para o esclarecimento das questões em análise.

Deste modo, aplicaram-se as entrevistas a dez pessoas, das quais nove são oficiais da GNR e uma é civil com funções num Comando Territorial (Cter).

Os entrevistados²⁶ desempenham, na sua maioria, funções nas Relações Públicas em Comandos Territoriais da GNR, que estão presentes nas redes sociais de forma mais dinâmica, reunindo assim condições para responderem ao guião de entrevista.

Depois de aplicados todos os inquéritos por entrevista, procedeu-se à informação a fim de preparar a sua análise (Baptista e Sousa, 2011), pelo que essa organização consistiu no agrupamento dos dados recolhidos "de forma compreensível a fim de facilitar a análise e interpretação" (Idem).

Com base nesta premissa, foram elaboradas grelhas de análise de conteúdo para se reproduzirem as respostas dos entrevistados, através da síntese dos seus discursos.

As grelhas de análise são bastante úteis, permitindo a "decomposição de um todo nas suas partes com o propósito de se realizar a respetiva descrição e procurar as relações entre essas partes" (Ibidem, p. 218).

4.3. Procedimentos

Os procedimentos realizados durante as dez semanas destinadas à realização do TIA respeitam, na sua grande parte, o estipulado na fita do tempo apresentada no proje-

²⁶ Ver Apêndice F – Caracterização dos Entrevistados.

to inicial.

Tendo-se iniciado este período na terceira semana de maio, no primeiro terço teve lugar a revisão da literatura e a elaboração do guião de entrevista. A revisão da literatura foi feita com base em livros e revistas adquiridos nas bibliotecas da AM, da Escola da Guarda (EG), do Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna (ISCPSI), da Procuradoria-Geral da República (PGR) e do Instituto de Estudos Superiores Militares (IESM), bem como artigos e documentos disponibilizados *online*.

Tendo em consideração a disponibilidade dos entrevistados, a aplicação dos guiões de entrevista²⁷ decorreu durante o segundo terço. Previamente a cada entrevista era dado a conhecer, via correio eletrónico, o tema do TIA e o objetivo do mesmo através de uma carta de apresentação²⁸.

O local da realização do TIA foi a EG, sendo que a aplicação dos inquéritos por entrevista se articulou nos vários Comandos a que pertencem os inquiridos, excetuam-se dois entrevistados que, por se encontrarem ausentes do país, as mesmas foram realizadas por correio eletrónico, de forma não presencial.

²⁷ Ver Apêndice G – Guião de entrevista.

²⁸ Ver Apêndice E – Carta de Apresentação.

Capítulo 5

Apresentação, análise e discussão dos dados

Neste quinto capítulo são apresentados os dados obtidos da investigação levada a cabo, juntamente com a respetiva análise e discussão. Os resultados provêm de fatos observados, ao longo da investigação que foram analisados de forma a fornecer uma ligação lógica com o problema de investigação (Fortin, 2009).

Por meio dos resultados obtidos verificaram-se as hipóteses apresentadas no Capítulo 1, confirmando ou infirmando as mesmas. Pelo facto desta verificação se basear também nas informações recolhidas através dos inquéritos por entrevista, as oito questões pertencentes ao guião de entrevista serão aqui descortinadas.

5.1. Características da utilização das redes sociais da GNR

Uma vez que a DCRP faz análises estatísticas mensais relativamente aos **acessos** verificados no *facebook* e *twitter*, as mesmas foram tratadas e aproveitadas no sentido de enriquecerem a investigação e perceber de que forma os mesmos afetam a gestão de redes por parte da GNR. Uma vez que se perspetiva a comparação das diferentes redes no que se refere ao uso institucional e ao impacto que tem nos participantes das mesmas, optou-se por, como se referiu anteriormente, utilizar os seguintes indicadores: seguidores, n.º de visualizações e temática dos textos/publicações.

Com base nos dados recolhidos e tendo em conta os indicadores supra referidos, foram elaborados gráficos que expressam a dinâmica dos utilizadores destas redes.

Na figura seguinte podemos verificar através do gráfico o número de utilizadores durante cada mês do primeiro semestre.

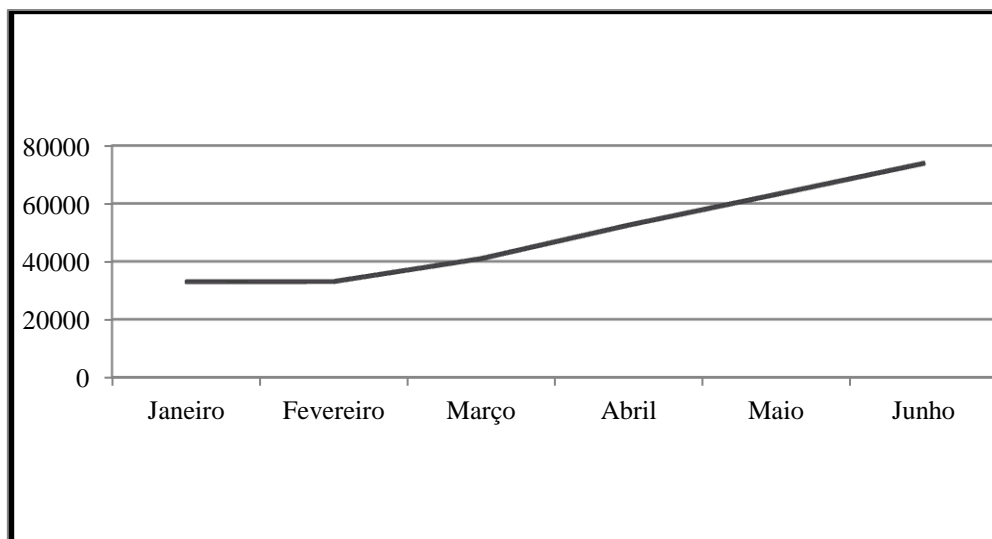


Figura 2 – Distribuição de seguidores por mês, durante os meses Janeiro-Junho de 2014 do facebook da GNR
Fonte: Elaboração própria a partir dos dados fornecidos pela DCRP/GNR

A GNR encontra-se presente nas plataformas *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Sapo Videos* e *Flickr*, sendo que no *facebook* se verifica a presença não só de seguidores nacionais, como também de seguidores a nível mundial²⁹, reflexo da utilização em massa destas ferramentas.

Pela interpretação dos dados da figura anterior constatou-se que durante o período de janeiro-junho o número de seguidores aumentou de forma acentuada. No primeiro mês do ano de 2014 o *facebook* da GNR tinha 32 987 seguidores, e em meio ano esse valor passou para o dobro, apresentando o valor de 73 889 aquando do término deste trabalho de investigação. É desta forma expetável que estes valores continuem a aumentar de forma acentuada.

Se estes 73 889 seguidores subscreveram a página da GNR, a mesma publicação é partilhada um sem número de vezes, chegando a um número muito superior.

Aquando do término desta investigação, a página oficial da GNR encontrava-se na quarta posição³⁰ relativamente ao Governo e instituições públicas, no que diz respeito ao número de seguidores, quer seja a nível nacional e internacional.

Nos mesmos moldes, foi analisada a outra rede social de que a GNR mais faz uso, o *twitter*, visível na Figura 3.

²⁹ Ver Anexo D – Distribuição de seguidores da página da GNR por país.

³⁰ Ver Anexo E – Posição Geral da GNR.

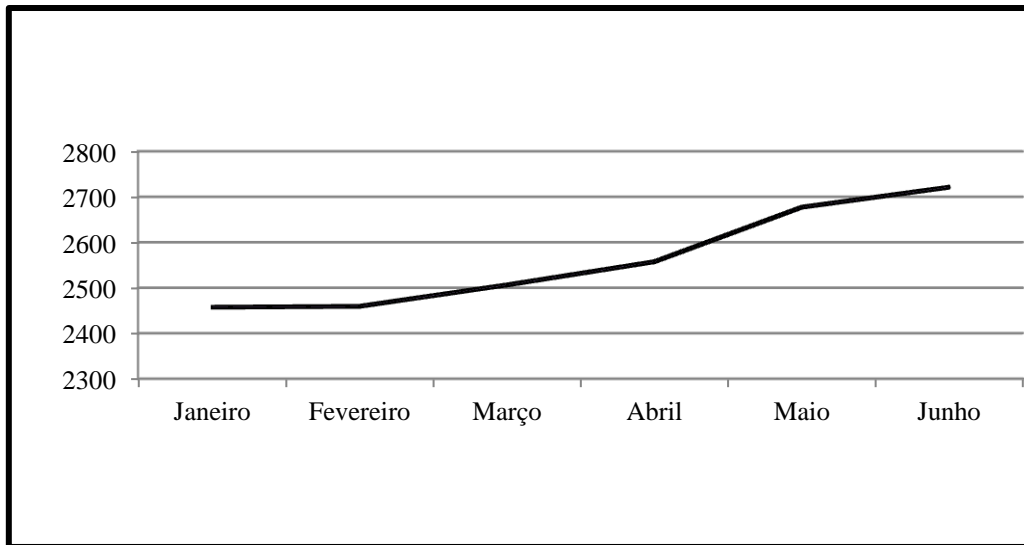


Figura 3 – Distribuição de seguidores por mês, durante os meses Janeiro-Junho de 2014 do *twitter* da GNR
Fonte: Elaboração própria a partir dos dados fornecidos pela DCRP/GNR

Da sua análise verifica-se um crescimento gradual, ainda que os valores entre os meses de janeiro e junho não sejam muito significativos.

Da pesquisa documental destas duas redes sociais, constata-se que os seus valores são diferentes, sobretudo pelas próprias funcionalidades de interação de que cada uma dispõe.

Os resultados obtidos espelham a sociedade, tendo em conta que 94,6% da população que está nas redes sociais possui *facebook*³¹ e 18,6% está presente no *twitter*. Tendo estes números como referência, a GNR segue esta tendência de forma a chegar a um maior número de pessoas, apostando nas redes que merecem a preferência do público.

Sendo várias as publicações/textos colocadas pela GNR, pretende-se com o próximo gráfico (Figura 4) perceber quais as temáticas, que durante o período de observação, obtiveram um maior número de visualizações por parte dos seus utilizadores.

³¹ De acordo com o Grupo Marktest, num estudo realizado no ano de 2013.

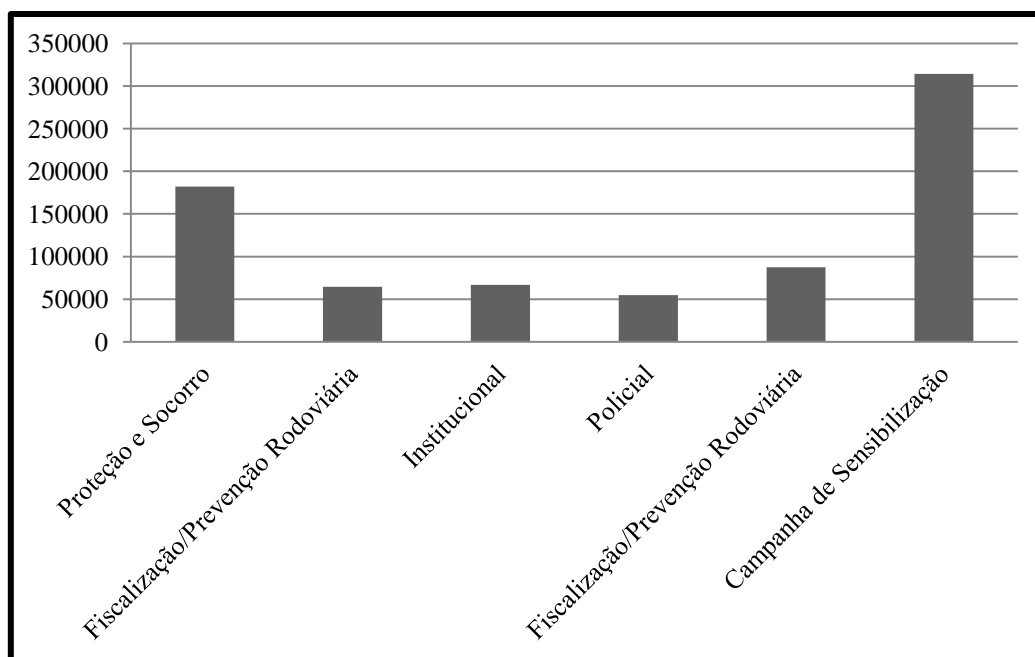


Figura 4 – Distribuição de visualizações por âmbito temático, durante os meses Janeiro-Junho de 2014 do facebook da GNR

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados fornecidos pela DCRP/GNR

Dentro de cada temática pesquisada, várias poderiam ter sido as publicações, pelo que no seguinte quadro se apresenta a relação entre o título da publicação e o âmbito temático em que, a publicação se enquadra. Para tal selecionou-se para cada mês a publicação/texto que acumulou maior número de visualizações.

Quadro 3 – Publicações/Textos mais visualizados no período em observação

	Título	Âmbito temático
Janeiro	<i>"Militar da GNR salva ciclista de morrer afogado"</i>	Proteção e Socorro
Fevereiro	<i>"Operação Mercúrio"</i>	Fiscalização/Prevenção Rodoviária
Março	<i>"As mulheres na GNR"</i>	Institucional
Abril	<i>"Projeto EUROMED III"</i>	Policial
Mai	<i>"Operação Moto"</i>	Fiscalização/Prevenção Rodoviária
Junho	<i>"Ele jamais o abandonaria"</i>	Campanha de Sensibilização

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados fornecidos pela DCRP/GNR

Evidencia-se o tema "Campanha de Sensibilização" e "Proteção e Socorro" pelo seu número de visualizações comparativamente aos temas apresentados na tabela como

mais lidos no respetivo mês.

Relativamente à publicação do mês de janeiro, "*Militar da GNR salva ciclista de ser afogado*", atingiu o total de 182 214 visualizações, representado este valor o interesse preferencial do público pelas temáticas de cariz emocional, nomeadamente quando envolve a participação dos militares em ações de proteção e socorro.

No mês de junho, por sua vez, a publicação "*Ele jamais o abandonaria*" chegou às 314 368 visualizações, figurando o valor mais alto do primeiro semestre de 2014.

O texto em causa inseria-se numa campanha de sensibilização sobre abandono de animais, daqui se podendo retirar que o público que acede ao *facebook* da GNR se mostra sensível a temáticas relacionadas com os animais e que as campanhas de sensibilização não lhe são indiferentes. De resto, este dado surge também explícito na Figura 4.

5.2. Redes sociais: elementos comparativos

A GNR encontra-se presente nas plataformas desde 2009, especificamente no *twitter*, *sapo vídeos*, *youtube* e *flickr*, contudo, só em 2012 é que a GNR oficializou a sua página no *facebook*. Ainda assim, independentemente da página oficial, algumas Unidades da GNR marcaram a sua presença com páginas próprias da sua Unidade.

Ainda que o *facebook* seja posterior às outras plataformas, apresenta-se como a rede mais completa, e a interação alcançada é diferente, pois as suas funcionalidades permitem além de transmissão de informação, comunicação em rede. Através desta rede, a GNR dá a conhecer não só a sua atividade diária, como a própria instituição.

Analisando agora o *twitter*, e sabendo que a GNR já se encontra presente nesta plataforma há mais tempo, da observação efetuada apercebemo-nos que os conteúdos publicados são os mesmos que se apresentam no *facebook*, com base nas funcionalidades de que dispõe, não acrescentando nada de novo.

Relativamente ao Sapo Vídeos não detém grande atividade por parte da GNR, já que verificámos que há mais de um ano que não são colocados qualquer tipo de vídeos, situação semelhante acontece com o *youtube* e o *flickr*. Um aspeto importante, resultante da observação direta das próprias redes, é que, a monitorização que se faz das mesmas não é uniforme. Verificamos que, apesar de a GNR estar nas redes sociais desde 2009, algumas delas mantêm a atividade inalterável desde essa data.

Posto esta pequena explicação da frequência de utilização de cada uma das redes,

no seguinte quadro expomos o número de seguidores e algumas atividades registadas em cada rede.

Quadro 4 – Análise Comparativa

Rede Social	Data de Criação	Seguidores	Fotografias	Vídeos
<i>Facebook</i>	2012	73 889	1 720	37
<i>Twitter</i>	2009	2 721	93	3
Sapo Vídeos	2009	Não se aplica	Não se aplica	25
<i>Youtube</i>	2009	Não se aplica	Não se aplica	25
<i>Flickr</i>	2009	Não se aplica	61	Não se aplica

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados fornecidos pela DCRP/GNR

5.3. Inquéritos por entrevistas

Tendo presente que os inquéritos por entrevista foram aplicados a dez pessoas especializadas na temática a abordar, no Quadro 5 são identificadas individualmente de acordo com a ordem da realização da entrevista, onde se apresenta a função que atualmente desempenham e a data e o local onde se realizou a entrevista.

Quadro 5 – Caracterização dos Entrevistados

E	Posto/Função	Local/Data
1	Coronel, Comandante CÉvora (Antigo Chefe da DCRP).	CTer de Évora
2	Tenente-Coronel, Chefe da SOITRP do CTer de Viseu.	CTer de Viseu
3	Tenente-Coronel, Oficial de Relações Públicas do CTerCoimbra.	CTer de Coimbra
4	Major, Chefe da DCRP.	Comando-Geral
5	Major, Oficial de Relações Públicas do CTerÉvora.	CTer de Évora
6	Major, Chefe da DCRP.	Comando-Geral
7	Capitão, Oficial de Relações Públicas do CTerSantarém.	CTer de Santarém
8	Capitão, Chefe da Repartição de Comunicação da DCRP (atualmente a desempenhar funções no <i>United Nations Peace Building Integrated Office in Guinea Bissau</i>).	Comando-Geral
9	Tenente, Chefe da Repartição de Comunicação em Substituição.	Comando-Geral
10	Assessora do CTerÉvora.	CTer de Évora

De seguida, são apresentadas os quadros-síntese, com as respostas obtidas através do guião de entrevista. Os dados são apresentados, por pergunta, com subsequente análise e discussão.

5.3.1. Análise dos resultados da Questão n.º 1

No que diz respeito à Q1 – “Atendendo à utilização cada vez mais frequente das novas tecnologias de informação e comunicação, qual será a forma da Guarda Nacional Republicana estreitar relações com o público-alvo?”, pretendeu-se identificar quais as ferramentas que numa sociedade dominada pelas novas TIC, a GNR tem ao seu dispor para estreitar relações com o seu público-alvo.

Estando as respostas apresentadas no Quadro 6, verificámos que 7 entrevistados responderam que a criação de páginas da GNR nas redes sociais permite a aproximação ao seu público-alvo, enquanto 3 entrevistados defendem que a melhor forma de chegar ao público é manter em funcionamento e atualizadas as ferramentas que já foram implementadas anteriormente. O aproveitamento das novas TIC que não especificamente as redes sociais, é outro dos instrumentos que 2 entrevistados define como o ideal para estreitar relações, ainda que 1 entrevistado defenda que ainda que a GNR deva seguir novas tendências, não se deve afastar dos princípios que regem a instituição.

Quadro 6 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 1

Atendendo à utilização cada vez mais frequente das novas tecnologias de informação e comunicação, qual será a forma da Guarda Nacional Republicana estreitar relações com o público-alvo?	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	N.º/%
Aproveitar as novas TIC para chegar de forma célere ao público-alvo.		X					X				(2/20%)
Criação de páginas da GNR nas redes sociais.	X			X	X	X		X	X	X	(7/70%)
Manter em funcionamento e atualizadas as ferramentas já implementadas.	X		X	X							(3/30%)
Acompanhar a tendência desde que não se afaste dos princípios que regem a instituição.								X			(1/10%)

5.3.2. Análise dos resultados da Questão n.º 2

Sendo a Q2 – “O que motivou a concretização da utilização das Redes Sociais por parte da Guarda Nacional Republicana? E quais foram os objetivos pretendidos?”, pretendeu-se com ela apurar os motivos que, na visão dos entrevistados, contribuíram para a adesão da GNR às redes sociais, e com que objetivo.

Partindo das respostas apresentadas no Quadro 7, para 5 entrevistados a divulgação da atividade operacional da GNR foi um dos motivos que levou à participação nas redes sociais por parte da GNR.

De acordo com 5 entrevistados apontam a promoção da imagem de modernização da instituição como um dos motivos que estiveram na sua génese. O desejo de aproximação ao público e, assim, aumentar a interação da GNR com a sociedade civil, atingindo camadas da sociedade que não têm qualquer relação ou nunca tiveram oportunidade de interagir com a GNR foi indicado como motivo por outros 5 entrevistados.

Para 3 entrevistados as redes sociais permitem a transmissão de conselhos, recomendações e sugestões, criando assim uma maior proximidade e empatia com os utilizadores das redes sociais. Apenas 2 entrevistados referiu que as redes sociais permitem explorar as diversas formas de comunicação com o cidadão, usando-se destas plataformas como veículo comunicacional.

Quadro 7 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 2

O que motivou a concretização da utilização das redes sociais por parte da Guarda Nacional Republicana? E quais foram os objetivos pretendidos?	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	N.º/%
Divulgação da actividade operacional diária da GNR.		X	X				X	X	X		(5/50%)
Transmissão de conselhos, recomendações e sugestões.		X					X		X		(3/30%)
Promoção da imagem de modernidade e transparência da GNR.			X	X	X	X		X			(5/50%)
Estreitar contato com os diferentes públicos-alvo.	X			X	X			X		X	(5/50%)
Explorar as formas de comunicação com o cidadão.				X		X					(2/20%)

5.3.3. Análise dos resultados da Questão n.º 3

A formulação da Q3 – “Quais são os riscos e potencialidades que consegue associar à utilização das redes sociais?” teve como objetivo definir quais os riscos e as potencialidades associados à participação nestas redes. Por tratar de duas variáveis, encontra-se subdividida em duas questões, em que uma questiona os riscos, e outra as potencialidades.

Começando pelos riscos que advêm das redes sociais, e tendo presente a parte superior do Quadro 8, verifica-se que 8 entrevistados indicaram que a elevada exposição à crítica pode ser identificado como um risco quando há interação entre a GNR e os utilizadores das redes sociais.

Metade, isto é, 4 entrevistados, considera que qualquer publicação que entre no mundo virtual ficará sempre nesse mundo, mesmo depois de ser apagada, indo ao encontro à famosa ideia "*Once on the web, always on the web*".

Outros 4 entrevistados apontam a rápida divulgação da informação, resultado da grande exposição a que estão sujeitas as publicações nas redes sociais.

Na opinião de 3 entrevistados, muitos utilizadores utilizam as redes sociais para colocar em causa a atuação da GNR, estando associado a este risco a utilização de linguagem e comentários desapropriados, apontados por 2 entrevistados.

Neste tipo de redes há uma rápida divulgação de ações negativas por parte dos militares, configurando um dos riscos para 2 entrevistados.

Um entrevistado defende que os militares da GNR não se encontram preparados para participar neste tipo de redes.

Transpondo agora para a análise das potencialidades, respeitante à parte inferior do Quadro 8, nota-se que 6 entrevistados defendem que as redes sociais permitem dar a conhecer a atividade desenvolvida pela GNR, no âmbito da sua missão diária.

Segue-se a rápida divulgação de informação de carácter legal, preventivo ou informativo a públicos diversificados ou o público-alvo para cada publicação defendida por 5 entrevistados. Para o mesmo número de entrevistados, as redes sociais permitem a aproximação ao cidadão no sentido de complementar o trabalho de proximidade já realizado pelos militares que estão no terreno.

Para 3 entrevistados, são inúmeras as vezes em que os cidadãos relatam problemas/denúncias, utilizando para o efeito as redes sociais e, desta forma, são direcionadas para os órgãos competentes e solucionadas em tempo real.

Segundo 2 entrevistados, o uso destas ferramentas permite dar uma dimensão diferente daquela que tinha do trabalho desenvolvido pela GNR, nomeadamente o estereótipo de que a GNR desenvolve uma atividade essencialmente repressiva.

Para um entrevistado, as redes sociais permitem à própria instituição receber informação com valor operacional, tornando-se numa ferramenta de investigação.

Quadro 8 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 3

Quais são os riscos e potencialidades que consegue associar à utilização das redes sociais?	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	N.º/%
Riscos											
Rápida divulgação de informação.	X					X		X		X	(4/40%)
Elevada exposição à crítica generalizada.	X	X	X	X	X	X		X	X		(8/80%)
Tudo que se coloca fica registado. "Once on the web, always on the web".			X	X			X	X			(4/40%)
Militares da GNR não estão preparados para participarem nas redes sociais.						X					(1/10%)
Colocar em causa a atuação da GNR.		X			X		X				(3/30%)
Comentários e linguagem desaproprada.		X					X				(2/20%)
Rápida divulgação de ações negativas por parte dos militares.						X		X			(2/20%)
Potencialidades											
Rápida divulgação de informação a públicos diversificados ou públicos em concreto.	X	X		X			X	X			(5/50%)
Resolução de problemas/denúncias em tempo real.		X				X		X			(3/30%)
Acabar com ideias pré-concebidas sobre a atuação da GNR.				X					X		(2/20%)
Ferramenta de investigação.				X							(1/10%)
Desenvolvimento do sentimento de proximidade com o cidadão.	X		X			X		X		X	(5/50%)
Dar a conhecer a atividade desenvolvida pela GNR.	X			X	X	X		X	X		(6/60%)

5.3.4. Análise dos resultados da Questão n.º 4

Relativamente à Q4 – “Que aspetos/critérios são considerados para selecionar as publicações colocadas nas redes sociais?”, as respostas estão expostas no Quadro 9, para análise.

Conforme o referido por 5 entrevistados, respondeu que essencialmente se publicam as atividades desenvolvidas diariamente pelo dispositivo da GNR. Para o mesmo número de entrevistados, o que se deve ter em consideração é se é construtivo para a Instituição, ou seja, se contribui para a promoção da boa imagem da GNR e dos seus militares. Já 4 entrevistados referem que as publicações colocadas estão relacionadas com ações de sensibilização de diversa ordem.

Para 3 entrevistados são defendidos que as publicações deverão conter, nomeadamente, temáticas dinâmicas, apelativas e informativas; áreas de interesse para a GNR e para posterior intervenção; e conteúdos pertinentes e atuais.

Quadro 9 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 4

Que aspetos/critérios são considerados para selecionar as publicações colocadas nas redes sociais?	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	N.º/%
Atividades desenvolvidas diariamente pelo dispositivo da GNR.	X	X			X	X	X		X	X	(7/70%)
Áreas de interesse da GNR.					X	X				X	(3/30%)
Conteúdos pertinentes e atuais.	X	X							X		(3/30%)
Temáticas dinâmicas, apelativas e informativas.				X				X		X	(3/30%)
Assuntos que contribuam para a promoção da boa imagem da GNR e dos seus militares.	X		X	X	X			X	X		(5/50%)
Ações de Sensibilização.	X					X	X		X		(4/40%)

5.3.5. Análise dos resultados da Questão n.º 5

No que toca à Q5 – “De que forma são administradas as reações/participações dos cidadãos nestas redes?”, pretendeu-se obter uma conclusão mediante os resultados apresentados no Quadro 10.

Apesar de ser um mecanismo que não é uniforme, 6 entrevistados refere que se dá resposta a todas as solicitações ou questões levantadas pelos seus utilizadores.

Assim como foi defendido por 5 entrevistados que afirmações insultuosas ou ofensivas em relação à Instituição, aos seus militares e a terceiros são moderadas pelos administradores da página, para que sejam evitadas faltas de respeito. De igual forma, na gestão de todas as reações/participações, verifica-se o respeito pelas restrições das próprias redes sociais, que não têm interferência direta da GNR.

Uma percentagem de 4 entrevistados, respondeu que caso se verifique situações desfavoráveis são tratadas e encaminhadas adequadamente. Por sua vez metade desse valor afirma que todas as interações de conteúdos são tratadas a um nível individualizado e personalizado, enquanto 2 entrevistados afirmam que não se priva ninguém de expressar as suas opiniões, sejam elas negativas ou não, e todas são todas tidas em consideração.

Quadro 10 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 5

De que forma são administradas as reações/participações dos cidadãos nestas redes?	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	N.º/%
Resposta a todas as solicitações de informações/questões.		X	X	X	X	X				X	(6/60%)
Situações desfavoráveis são tratadas e encaminhadas adequadamente.	X	X	X				X				(4/40%)
Respeito pelas regras impostas das próprias plataformas.				X	X		X	X	X		(5/50%)
Opiniões dos cidadãos são tidas em consideração.				X	X						(2/20%)
Comentários depreciativos com linguagem inapropriada e abusiva para a imagem da GNR são moderados pelos próprios administradores.						X	X	X	X	X	(5/50%)
Tratamento individualizado e personalizado de todas as interações.	X									X	(2/20%)

5.3.6. Análise dos resultados da Questão n.º 6

Com a Q6 – “Quais considera serem os temas/tópicos a que o público-alvo atribui maior importância?” pretendeu-se identificar, na visão dos entrevistados, quais são os temas de maior interesse para o público quando acede às redes sociais.

De acordo com os dados explanados no Quadro 11, 6 entrevistados identificam os temas relacionados com a Proteção do Ambiente, mais concretamente publicações alusivas a animais. Fazendo um cruzamento de dados com o que já foi apurado através de número de visualizações na página da GNR, verificamos que os resultados obtidos evidenciam a mesma conclusão (ver Figura 4).

Para 5 entrevistados é a Proteção e Socorro que suscita mais interesse, enquanto 4 entrevistados considera que a divulgação diária da atividade desenvolvida pela GNR,

bem como os resultados da mesma, suscitam a atenção do público. Outros 4 entrevistados afirmam que todos os temas que envolvam os militares, desde salvamentos ou ações de destaque, têm mais receptividade por parte dos usuários.

Por sua vez, apenas 2 entrevistados consideram um tema apreciado os Programas de Proximidade que envolvam crianças ou idosos; as publicações de divulgação das operações de fiscalização e regulação rodoviária suscitam interesse do público; e os temas que usualmente despertam maior curiosidade são aqueles que de alguma forma têm implicação no sentimento de segurança dos cidadãos, principalmente os de natureza criminal.

Quadro 11 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 6

Quais considera serem os temas/tópicos a que o público-alvo atribui maior importância?	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	N.º/%
Fiscalização/Regulação Rodoviária.		X	X								(2/20%)
Proteção e Socorro.		X	X		X	X	X				(5/50%)
Natureza Criminal.	X		X								(2/20%)
Proteção do Ambiente (Animais).	X	X			X		X		X	X	(6/60%)
Atividades policiais diárias.				X		X	X	X			(4/40%)
Programas de Proximidade.					X				X		(2/20%)
Ações/Feitos relacionados com os Militares da Guarda.	X			X		X			X		(4/40%)

5.3.7. Análise dos resultados da Questão n.º 7

Em relação à Q7 – “Qual a influência dos conteúdos publicados por parte da Guarda Nacional Republicana para reforçar as relações de proximidade com o cidadão?”, pretendeu-se apurar de que forma os conteúdos das publicações podem ou não afetar a proximidade GNR-cidadão, segundo a opinião dos entrevistados.

Podemos verificar, pela análise das respostas incluídas no Quadro 12, que a opinião dos entrevistados quanto ao reforço das relações de proximidade com o cidadão pelas publicações feitas é unânime. Para todos os entrevistados, os conteúdos publicados nas redes sociais são uma forma de a GNR se aproximar do cidadão.

Conforme o que foi dito por 4 entrevistados, os conteúdos publicados permitem

que se crie sentimento de empatia entre a GNR e o cidadão em geral, contribuindo desta forma para a proximidade nas suas relações.

De acordo com 3 entrevistados, à medida que é disponibilizada informação acerca da GNR, os laços de confiança entre o cidadão e a instituição são reforçados, bem como a melhoria na imagem transmitida aos cidadãos conforme se vai dando a conhecer toda a atividade da GNR, refletindo que o trabalho desenvolvido é em prol da segurança e bem-estar do cidadão.

Para 2 entrevistados, os conteúdos são publicados com o intuito de motivar a interação com a Instituição, para que não haja só informação, mas também comunicação, enquanto apenas um entrevistado diz que os conteúdos publicados permitem desmitificar as ideias pré-concebidas, indo de encontro à resposta dada pelo mesmo (E9) à Q3, em que salientou a pertinência de cessar ou desmitificar as ideias pré-concebidas sobre a atuação da GNR.

Quadro 12 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 7

Qual a influência dos conteúdos publicados por parte da Guarda Nacional Republicana para reforçar as relações de proximidade com o cidadão?	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	N.º/%
Aproximação da GNR ao cidadão.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	(1/100%)
Desmitificar ideias pré-concebidas.					X						(1/10%)
Criação de empatia com a GNR.					X		X	X	X		(4/40%)
Reforço dos laços de confiança.			X	X				X			(3/30%)
Melhoria na imagem transmitida aos cidadãos.	X		X						X		(3/30%)
Motivação na interação com a instituição.						X				X	(2/20%)

5.3.8. Análise dos resultados da Questão n.º 8

Relativamente à Q8 – “Considera que a Guarda Nacional Republicana está preparada para o atual cenário competitivo definido pelas novas TIC?”, pretende-se apurar se a GNR está ciente dos novos desafios, resultado do desenvolvimento das TIC, e qual será a melhor forma de colmatar falhas eventualmente existentes.

Tendo presente o Quadro 13 com os dados obtidos, concluiu-se que é quase con-

sensual por todos os entrevistados que a GNR deu um grande passo relativamente às novas TIC, sendo exemplo disso a sua presença nas redes sociais.

Desta forma, 9 entrevistados responderam que a GNR está preparada para o atual cenário definido pelas inovações das novas TIC, ao contrário de um único entrevistado.

Já relativamente àquilo que poderá ser melhorado, metade dos entrevistados afirma que ainda há medidas necessárias, tais como investir em formação, quer a nível institucional, quer a nível individual. Ainda a nível de melhorias a realizar, 3 entrevistados referem que é necessário a atualização dos métodos e estratégias de aproximação ao cidadão, tendo como fundamento as mudanças verificadas ao nível do mundo virtual, sem nunca deixar de ter em conta a natureza da missão da GNR.

Quadro 13 – Quadro de ideias chave relativo à Questão n.º 8

Considera que a Guarda Nacional Republicana está preparada para o atual cenário competitivo definido pelas novas TIC?	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	N.º/%
É necessário investir em formação a nível institucional e individual.					X	X	X	X	X		(5/50%)
É necessário atualização dos métodos e estratégia de aproximação ao cidadão.	X					X		X			(3/30%)
Sim.	X	X	X	X		X	X	X	X	X	(9/90%)
Não.					X						(1/10%)

Capítulo 6

Conclusões e Recomendações

Este trabalho de investigação tem como objetivo caracterizar o uso das redes sociais por parte da GNR, determinando as potencialidades decorrentes e averiguando os aspetos sensíveis quanto à dinâmica que esse uso implica.

Desta forma, neste capítulo apresenta-se a resposta à pergunta de partida desta investigação, "*De que forma os conteúdos colocados nas redes sociais por parte da Guarda Nacional Republicana são geridos?*", através da verificação das hipóteses levantadas para as perguntas derivadas, sempre com a sustentação dos resultados obtidos e tratados.

Para além do referido, neste capítulo são apresentadas reflexões acerca da investigação efetuada, recomendações, e limitações sentidas ao longo deste percurso.

Por último apresenta-se uma proposta de uma investigação futura, relacionada com a investigação efetuada.

6.1. Verificação das hipóteses

Tendo dado como terminadas as etapas de recolha e análise dos dados eis que surge a interpretação dos resultados obtidos, que corresponde à etapa que antecede a comunicação dos resultados (Fortin, 2009), ou seja, encontramos-nos na altura de fazer o ponto de situação, verificando as hipóteses levantadas, confirmando ou infirmando as mesmas.

Relativamente à **H1** – “**Os conteúdos são regulados por doutrina própria.**”, é infirmada com as respostas às Questões n.º 4: “*Que aspetos/critérios são considerados para selecionar as publicações colocadas nas redes sociais?*” e n.º 5: “*De que forma são administradas as reações/participações dos cidadãos nestas redes?*”.

Da análise realizada às respostas dos entrevistados relativamente à Questão n.º 4, verificámos que os critérios tidos em consideração para efetuar as publicações são

diversos, não havendo um que se distinga.

Verificámos que nas reações/participações do público-alvo, não existe doutrina própria, e isto porque em cada circunstância se procede em consonância com a mesma. Daqui se retira que a gestão, além de ser feita de forma individualizada, fica a cargo do administrador de cada rede especificamente.

No que respeita à **H2 – “Os temas abordados nos conteúdos publicados incidem, predominantemente, sobre a atividade diária realizada pelo dispositivo.”**, é confirmada com base nas respostas dos entrevistados recolhidas às Questões n.º 2: “*O que motivou a concretização da utilização das Redes Sociais por parte da Guarda Nacional Republicana? E quais foram os objetivos pretendidos?*” e n.º 4: “*Que aspetos/critérios são considerados para selecionar as publicações colocadas nas redes sociais?*”.

Relativamente à Questão n.º 2, verificou-se que para 5 dos entrevistados a concretização da criação das redes sociais tinha como objetivo primordial a divulgação das atividades diárias da GNR, tendo em conta que vários cidadãos desconhecem as diversas valências e potencialidades da Instituição. Também nas respostas à Questão n.º 4 se verificou que de acordo com 7 entrevistados, os conteúdos das publicações colocadas nas redes sociais incidem essencialmente sobre a atividade da GNR, sobretudo a atividade realizada diariamente pelo dispositivo da GNR.

De acordo com a Figura 4 – Distribuição de visualizações por âmbito temático, durante os meses janeiro-junho de 2014 do *facebook* da GNR, identificamos que os títulos das publicações incidem sobre temáticas relacionadas com a atividade desenvolvida pela GNR na sua missão diária.

No que concerne à **H3 – “As redes sociais incrementam a comunicação com o cidadão.”**, é confirmada com os dados apresentados nas Figuras 2 – Distribuição de seguidores por mês, durante os meses Janeiro-Junho de 2014 do *facebook* da GNR e Figura 3– Distribuição de seguidores por mês, durante os meses Janeiro-Junho de 2014 do *twitter* da GNR. Da sua análise verificamos que o número de seguidores é bastante expressivo, potenciando a comunicação da instituição com o cidadão.

As respostas às Questões n.º 1: – “*Atendendo à utilização cada vez mais frequente das novas tecnologias de informação e comunicação, qual será a forma da Guarda Nacional Republicana estreitar relações com o público-alvo?*”, e n.º 7: “*Qual a influência dos conteúdos publicados por parte da Guarda Nacional Republicana para reforçar as relações de proximidade com o cidadão?*”, permitem também confirmar

esta hipótese.

Na Questão n.º 1, 7 dos entrevistados confirmam que as novas dinâmicas tecnológicas onde as redes sociais estão incluídas são uma ferramenta moderna e atual para estabelecer contato entre o cidadão e a GNR.

Corroborando esta opinião, e de forma consensual entre os entrevistados, na resposta à Questão n.º 7 todos defendem que à medida que é disponibilizada informação nas redes sociais, potencia-se o relacionamento, a proximidade e a interligação do cidadão à Instituição.

6.2. Resposta às perguntas derivadas

Relativamente à primeira pergunta derivada, **“Que tipo de orientações específicas se aplicam na gestão de redes considerando quer os conteúdos divulgados pela GNR, quer os conteúdos oriundos do público participante nas redes?”**, apurámos que há uma separação relativamente à gestão de conteúdos a nível global, entenda-se a DCRP a nível nacional, de uma gestão de conteúdos a nível regional.

Deste modo, verificámos que não existe um conjunto de orientações que seja específica para a gestão das redes sociais em que a GNR participa, já que a política das redes sociais da Instituição não é uniforme, isto porque a inserção de conteúdos e a gestão das redes não é feita exclusivamente por uma pessoa, nem com base numa gestão padronizada e bem definida.

Relativamente aos conteúdos oriundos dos cidadãos nestas redes, apurámos que a gestão se faz igualmente de forma diversificada.

Face à segunda pergunta derivada, **“Quais os temas abordados com maior importância nos conteúdos publicados?”**, verificámos que as publicações que tiveram mais recetividade por parte dos usuários são aquelas que envolvam situações de cariz emocional, sendo também de referir o interesse por aspetos de interesse coletivo.

Desta forma, temáticas que envolvam a proteção da natureza, e proteção e socorro suscitam interesse e empatia do público.

No que respeita à terceira pergunta derivada, **“De que modo a informação partilhada nas redes sociais incrementa/potencia a comunicação com o cidadão?”**, podemos afirmar que os conteúdos publicados nas redes sociais permitem o estreitamento da relação institucional/pessoal com o cidadão, que resulta numa aproximação

das pessoas com a GNR e num consequente reforço da confiança na Instituição.

Desta forma, as redes sociais devidamente rentabilizadas e trabalhadas incrementam a proximidade e a comunicação com o cidadão, permitindo a interação com um maior espectro de pessoas e a possibilidade de transmitir uma imagem de uma FS moderna e a par da evolução comunicacional.

6.3. Resposta à pergunta de partida

Estando verificadas as hipóteses e, consequentemente, respondidas as perguntas derivadas, reunimos informação suficiente para apresentar uma resposta à pergunta de partida.

Tendo presente que pretendemos saber "*De que forma os conteúdos colocados nas redes sociais por parte da Guarda Nacional Republicana são geridos?*", podemos garantir que não existe uma gestão e monitorização relativa ao *Youtube*, *Sapo Videos* e o *Flickr*, já que a atividade nessas plataformas é quase inexistente desde a data de criação, 2009.

Dos dados recolhidos e tendo em consideração o Quadro 4 - Análise Comparativa e os conteúdos apresentados no subcapítulo 2.3.3. Web 2.0- redes sociais, podemos afirmar que não se verifica um aproveitamento das funcionalidades das próprias redes. Identificamos que nas redes sociais em que a principal ferramenta é a partilha de vídeos ou fotografias, não se verifica produção de novos conteúdos nem atualização regular dos existentes.

No que diz respeito ao *facebook* e ao *twitter*, a atualização é diária e em tempo real, já que são nelas que o seu público-alvo está maioritariamente presente. Os dados obtidos e apresentados nas Figura 2 - Distribuição de seguidores por mês durante os meses janeiro-junho de 2014 do *facebook* e Figura 3- Distribuição de seguidores por mês durante os meses janeiro-junho de 2014 do *twitter*, são representativos da adesão da GNR às novas TIC, participando de forma mais ativa nas redes em que há maior adesão por parte da população, deixando de parte as restantes.

Quanto aos conteúdos publicados, a principal motivação, independentemente da temática da publicação, é divulgar as atividades da GNR e, desta forma, estreitar as relações interpessoais que permitam contribuir para a imagem de uma "Força Próxima, Humana e de Confiança".

Relativamente aos conteúdos oriundos dos participantes nestas redes, podemos afirmar que as redes têm algumas restrições criadas, que são seguidas pelos administradores. Contudo, estas restrições não são aplicadas de igual forma a todas as participações. Por um lado, ao nível da DCRP há militares que estão afetos a essa tarefa e têm um procedimento padrão, por outro verifica-se que ao nível regional³² esse procedimento é realizado de acordo com a mera opinião pessoal do responsável por essa área ou determinado superiormente.

6.4. Reflexões Finais

As sinergias e oportunidades das TIC tornaram-se indissociáveis das organizações do Estado e as redes sociais são apenas umas dessas oportunidades e sinergias. Desta forma, e no que diz respeito ao público-alvo, esta forma de comunicação cria uma perceção de contato pessoal com a GNR a um nível diferente do tradicional.

Assim, poder-se-á garantir que as redes sociais, devidamente rentabilizadas e trabalhadas, incrementam a comunicação com a sociedade.

Para tal, a informação que é disponibilizada deverá ser devidamente tratada no sentido da rentabilização e maximização das redes sociais em prol do cidadão e da GNR. Deste modo, e tendo em conta a exigência de atualização, espera-se das redes sociais que as partes envolvidas estejam totalmente disponíveis para responder e publicar.

Na fase final deste trabalho de investigação considera-se pertinente a compreensão das plataformas institucionais que representam as novas dinâmicas tecnológicas, pois a posição da instituição entre as novas dinâmicas potenciam a evolução para uma Força de Segurança moderna.

Contudo, ressalva-se a pertinência de se desenvolver orientações específicas por parte da GNR quanto ao uso das mesmas, possibilitando a antecipação de problemas e ameaças. É neste contexto que surge a necessidade de avaliação dos riscos associados à utilização em rede e dos recursos que ela disponibiliza.

³² Referimo-nos às páginas autorizadas pela GNR mas que representam um Comando ou uma região.

6.5. Recomendações

Tendo em conta que o recurso às redes sociais tem vindo a generalizar-se e as mesmas se constituem com uma dinâmica evidente na GNR, considera-se que seria importante a exploração de outras redes, já que com a realização desta investigação se conclui que o uso incide essencialmente sobre o *facebook*.

A pertinência da exploração de outras redes prende-se, essencialmente, com as valências que as mesmas apresentam, pelo que continuar-se-ia a promover não só a comunicação com o cidadão, de forma célere e abrangente, mas também a atividade da GNR através das diversas plataformas digitais. Relativamente a esta questão, a política das redes sociais terá de ser uniforme, para que as informações publicadas tenham uma linha de pensamento homogénea e seja cumprida por todos os que aderirem às redes sociais, pelo que se recomenda a monitorização das redes.

Por outro lado, a participação nas redes sociais é um desafio permanente que requer uma abordagem cada vez mais profissional e exigente. Deste modo, sugere-se a criação de doutrina de utilização das plataformas digitais, em especial a utilização de redes sociais, não só relativamente à GNR, mas do ponto de vista do comportamento dos militares e civis que desta instituição fazem parte.

Da mesma forma que é uma potencialidade haver controlo total da informação pela DCRP, também este controlo se constitui como fragilidade por não deixar grande margem de manobra à GNR para eventuais erros, implicando um cuidado especial com as publicações no que respeita à permanente atualização do que está a acontecer. Neste sentido, e tendo como certo que a GNR tem os meios humanos para garantir uma qualidade de gestão, é necessário uma definição das políticas da gestão das redes sociais da GNR ao nível do escalão superior de Comando e Direção.

6.6. Limitações na investigação

Tendo por base a elaboração de um trabalho científico desta natureza, existem algumas limitações na sua concretização que devem ser tomadas em consideração.

Atenta-se que os conhecimentos, no que se refere à investigação científica, estão longe de serem suficientes para um correto rumo durante o tempo destinado à realização da mesma. Para contrariar este facto, deveriam ser ministradas aulas desde cedo para o

conhecimento ser o adequado e exigível para um trabalho desta envergadura, já que há noções base que só se adquirem durante o avanço do trabalho e as mesmas já deveriam estar assimiladas para que o processo de elaboração fosse mais célere.

Para além do ponto anterior, por a investigação incluir inquéritos por entrevistas, o tempo despendido foi em função da disponibilidade dos entrevistados acabando por condicionar a análise e discussão dos resultados.

6.7. Proposta de investigações futuras

Neste trabalho realizou-se uma investigação sobre o uso que a GNR faz das redes sociais como instituição, pelo que, seguindo o fenómeno das novas dinâmicas de comunicação propiciadas pelas redes sociais, propõe-se para trabalhos de investigação futura o uso que os militares da GNR fazem das redes sociais.

Este estudo seria uma mais-valia para a instituição na medida em que se podia apurar se as questões de segurança e reserva são tidas em conta pelos próprios militares, bem como saber se existem orientações ou normativas específicas por parte da GNR quanto ao uso privado das redes.

Sugere-se que este estudo se oriente para aquela que é a maior preocupação dentro deste tema para a GNR, entenda-se verificar se afeta ou não a atividade operacional, e a segurança ou sentimento de segurança.

Referências Bibliográficas

Livros e Manuais

Alves, A. C. (2008). *Em busca de uma Sociologia da Polícia*. Lisboa: Guarda Nacional Republicana.

Baptista, C. e Sousa, M. (2011). *Como fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios, segundo Bolonha* (4ª Ed.). Lisboa: Pactor.

Bilhim, J. e Neves, B. (2007). O Governo Eletrónico em Portugal- O caso das cidades e regiões digitais. In Coelho, J., (Coord.), *Sociedade da Informação- O percurso português*. Lisboa: Edições Sílabo.

Branco, C. (2010). *Guarda Nacional Republicana- Contradições e Ambiguidades*. Lisboa: Edições Sílabo.

Carrera, F. (2009). *Marketing Digital na Versão 2.0- O que não pode ignorar*. Lisboa: Edições Sílabo.

Carvalho, A. (Org.) (2008). *Manual de Ferramentas da Web 2.0 para Professores*. Lisboa: Ministério da Educação.

Carvalho, C. (2008). Do Movie Maker ao Youtube, A., (Coord.), *Manual de Ferramentas da Web 2.0 para Professores*. Lisboa: Ministério da Educação.

Castells, M. (2002). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura- A Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. (2007). *A Galáxia Internet*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Coelho, J. (2007). De Bangemann ao Plano Tecnológico. In Coelho, J., (Coord.), *Sociedade da Informação- O percurso português*. Lisboa: Edições Sílabo.

Comissão Europeia. (2013). *Cybersecurity Strategy of the European Union: An Open, Safe and Secure Cyberspace*. Bruxelas: Comissão Europeia.

Cruz, S. (2008). Blogue, Youtube. In Carvalho, A., (Org.), *Manual de Ferramentas da Web 2.0 para Professores*. Lisboa: Ministério da Educação.

Ferreira, P., Pinto, R. (2008). *PopFly como editor de mashups*. In Carvalho, A., (Org.), *Manual de Ferramentas da Web 2.0 para Professores*. Lisboa: Ministério da Educação.

Figueiredo, A. (2007). A Dimensão crítica da Sociedade da Informação em Portugal. In Coelho, J., (Coord.), *Sociedade da Informação- O percurso português*. Lisboa: Edições Sílabo.

Fortin, M. (2009). *O processo de investigação: da conceção à realização*. (5ªEd). Loures: Lusociência.

Freixo, M. (2011). *Metodologia Científica: Fundamentos, métodos e técnicas*. (3ªEd). Lisboa: Instituto Piaget.

Ghiglione, R. e Matalon, B. (2001). *O Inquérito- Teoria e Prática*. (4ªEd.). Oeiras: Celta Editora.

Governor, J., Hinchcliffe, D., Nickull, D. (2009). *Web 2.0 Architectures*. O'Reilly Adobe Developer Library.

Hill, M. e Hill, A. (2002). *Investigação por Questionário*. (2ªEd.). Lisboa: Edições Sílabo.

Ketele, J. e Roegiers, X. (1999). *Metodologia da Recolha de Dados- Fundamentos dos Métodos de Observações, de Questionários, de Entrevistas e de Estudo de Documentos*. Lisboa: Instituto Piaget.

Lyon, D. (1992). *A Sociedade da Informação*. Oeiras: Celta Editora.

Moreira, J. (2007). Ética e Sociedade da Informação e conhecimento. In Coelho, J., (Coord.), *Sociedade da Informação- O percurso português*. Lisboa: Edições Sílabo.

Moura, A. (2008). A Web 2.0 e as Tecnologias Móveis. In Carvalho, A., (Org.), *Manual de Ferramentas da Web 2.0 para Professores*. Lisboa: Ministério da Educação.

Pereira, J. (2007). Direito e Cidadania. In Coelho, J., (Coord.), *Sociedade da Informação- O percurso português*. Lisboa: Edições Sílabo.

Picoito, J. e Almeida, L. (2007). A Inovação na Era da Sociedade da Informação. In Coelho, J., (Coord.), *Sociedade da Informação- O percurso português*. Lisboa: Edições Sílabo.

Quivy, R. Campenhoudt, L. V. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. (5ªEd.). Lisboa: Gradiva.

Rgby, B. (2008). *Mobilizing Generation 2.0 A practical guide to using web 2.0*. Jossey-Bass.

Rocha, M. (2007). Dez Anos de Direito da Sociedade da Informação em Portu-

gal- O discurso, o método, as políticas, as leis e os tribunais. In Coelho, J., (Coord.), *Sociedade da Informação- O percurso português*. Lisboa: Edições Sílabo.

Sampaio, J. (2007). Prefácio. In Coelho, J., (Coord.), *Sociedade da Informação- O percurso português*. Lisboa: Edições Sílabo.

Sarmiento, M. (2013). *Guia prático sobre a metodologia científica para elaborar, escrita e apresentação de teses de doutoramento, dissertações de mestrado e trabalhos de investigação aplicada*. (3ª Ed.). Lisboa: Universidade Lusíada.

Silveira, L. (2007). O Direito à Proteção de Dados Pessoais (Tentativa de caracterização). In Coelho, J., (Coord.), *Sociedade da Informação- O percurso português*. Lisboa: Edições Sílabo.

Artigos de publicações periódicas

Nunes, P. (2001, Abril). Sociedade da Informação, Globalização e Guerra de Informação. *Jornal do Exército*. 34-44

Martins, J., e Nunes, P. (2008). A internet como fator de transformação social e das relações de poder. *Revista Proelium*, Série VI, N.º 9, 135-158.

Mateus, J. (2008). O Governo Eletrónico, a sua aposta em Portugal e a importância das tecnologias de comunicação para a sua estratégia. *Revista de Estudos Politécnicos*. Vol. 6, 9.

Vaz, A. (2007). Segurança da Informação, Proteção da Privacidade e dos Dados Pessoais, *Revista Nação e Defesa*, N.º 117, 35-63.

Documentos eletrónicos

Anderson, P. (2012). *WEB 2.0 and Beyond: Principles and Technologies*. Retirado: junho, 12, 2014, de http://books.google.pt/books?id=Pa398SUJgncC&printsec=frontcover&dq=WEB+2.0&hl=pt-PT&sa=X&ei=MuxU6e7luHT7AaF_YGYBw&redir_esc=y#v=onepage&q=WEB%202.0&f=false.

Associação Para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação. (2003). *Ponto de situação do e-government em Portugal*. Retirado: maio, 13, 2014, de

http://www.apdsi.pt/uploads/news/id474/conclus%C3%B5es%20egovernment%202003_3013-01_20031114.pdf.

Bellis, M. (s.d). *The History of the Internet*. Retirado: junho, 7, 2014 de <http://inventors.about.com/od/istartinventions/a/internet.htm>.

Boyd, D., e Ellison, N. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Retirado: junho, 15, 2014, de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>.

Breslin , J., Passant, A., Decker, S. (2009). *The Social Semantic Web*. Retirado: julho, 16, 2014, de http://books.google.pt/books?id=_QBEAAAQBAJ&pg=PA2&dq=artigo+de+breslin+de+2009+sobre+web&hl=pt-PT&sa=X&ei=zoxXKU9mHOIqc0QW16IHgBw&redir_esc=y#v=onepage&q=artigo%20de%20breslin%20de%202009%20sobre%20web&f=false.

Castells, M. (2000). *Internet e Sociedade em Rede*. Retirado: junho, 11, 2014, de <http://guicolandia.org/files/arquivos/textos/Castells.pdf>.

Castells, M. (2005). *A Sociedade em Rede: Do conhecimento à Política*. Retirado: maio, 31, 2014, de http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/Sociedade_em_Rede_CC.pdf.

Chang, W., Amara, H., Sanford, J. (2010). *Transforming Enterprise Cloud Services*. Retirado: julho, 7, 2014, de http://books.google.pt/books?id=y yiPyIXgbxMC&pg=PA29&dq=web+1.0&hl=pt-PT&sa=X&ei=THXNU6qGLYL_ygPJUYCQAw&redir_esc=y#v=onepage&q=web%201.0&f=false.

DigitalDiscovery. (2013). *Que tipos de redes existem atualmente?* Retirado: julho, 7, 2014 de <http://digitaldiscovery.eu/que-tipos-de-redes-sociais-existem-actualmente/>.

Educause. (2007). *7 things you should know about... Facebook II*. Retirado: julho, 3, 2014, de <https://net.educause.edu/ir/library/pdf/eli7025.pdf>.

Instituto Nacional de Estatística. (2014). *População Residente*. Retirado: julho, 10, 2014, de http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0003182&selTab=tab0.

Lee, T., Hendler, J., Lassila, O. (2001). *The Semantic Web*. Retirado: julho, 16, 2014, de <http://www.cs.umd.edu/~golbeck/LBSC690/SemanticWeb.html>.

Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal. (1997). Retirado: abril, 3, 2014, de <http://www2.ufp.pt/~lmbg/formacao/lvfinal.pdf>.

Markttest. (2013). *Instragram: Revelação em 2013*. Retirado: maio, 30, 2014, de <http://www.markttest.com/wap/a/n/id~1c53.aspx>.

Markttest. (2014). *5,7 Milhões de utilizadores de Internet*. Retirado: junho, 24, 2014 de <http://www.markttest.com/wap/a/n/id~1cad.aspx>.

Mika, P. (2007). *Social Networks and the Semantic Web*. Retirado: julho, 14, 2014 de http://books.google.pt/books?id=tcYJ8a32nFUC&printsec=frontcover&dq=web+semantic&hl=pt-PT&sa=X&ei=DVrMU8HuKcib1AXB5YGACA&redir_esc=y#v=one+page&q=web%20semantic&f=false.

Plano Tecnológico (2009). Retirado: maio, 4, 2014, de <http://www.cnel.gov.pt/default.aspx?idLang=1&site=planotecnologico>.

Serviço de Apontadores Portugueses (s.d.). *A História do SAPO*. Retirado: maio, 12, 2014, de http://ajuda.sapo.pt/faq.html?faq_id=13859&servico_id=10520.

The European Graduate School (s.d.). *Alvin Toffler- Biography*. Retirado: maio, 25, 2014, de <http://www.egs.edu/library/alvin-toffler/biography/>.

Documentos Legislativos

Lei Constitucional n.º1/2005 de 12 de agosto. Diário da República n.º155- I Série A. Lisboa: Assembleia da República.

Lei n.º67/1998 de 26 de outubro. Diário da República n.º247 - I Série A. Lisboa: Assembleia da República.

Norma de Execução Permanente n.º 520 de 1 de junho de 2013. Lisboa: Academia Militar.

Apêndices

Apêndice A

Descrição dos objetivos, pergunta de partida, perguntas derivadas e hipóteses

Objetivo Geral: Descrever os usos que a GNR faz das redes sociais, procurando descortinar as respetivas potencialidades e eventuais riscos.		
Pergunta de Partida: <i>"De que forma os conteúdos colocados nas Redes Sociais por parte da Guarda Nacional Republicana são geridos?"</i>		
Objetivo específico: 1. Caraterizar as redes sociais utilizadas pela GNR.	Objetivo específico: 2. Avaliar a necessidade de controlo de fluxo de informação disponibilizada à sociedade através das redes sociais.	Objetivo específico: 3. Verificar de que forma a utilização das redes sociais por parte da GNR potencializam a comunicação com o cidadão.
Pergunta derivada: 1. Que tipo de orientações específicas se aplicam na gestão de redes considerando quer os conteúdos divulgados pela GNR, quer os conteúdos oriundos do público participante nas redes?	Pergunta derivada: 2. Quais são os temas abordados com maior importância nos conteúdos publicados?	Pergunta derivada: 3. De que modo a informação partilhada nas redes sociais incrementam/potencializam a comunicação com o cidadão?
Hipótese: 1. Os conteúdos são regulados por doutrina própria.	Hipótese: 2. Os temas abordados nos conteúdos publicados incidem, predominantemente, sobre a atividade diária realizada pelo dispositivo.	Hipótese: 3. As redes sociais incrementam a comunicação com o cidadão.

Figura 5 – Descrição dos objetivos, pergunta de partida, perguntas derivadas e hipóteses

Apêndice B

Descrição da estrutura do Trabalho de Investigação Aplicada

A Guarda Nacional Republicana e as Redes Sociais: usos, potencialidades e riscos

PARTE TEÓRICA

CAPÍTULO 1: Apresentação do trabalho de investigação

CAPÍTULO 2: Revisão da Literatura

PARTE PRÁTICA

CAPÍTULO 3: As redes sociais e a Guarda Nacional Republicana

CAPÍTULO 4: Trabalho de Campo e Metodologia de Investigação

CAPÍTULO 5: Apresentação, análise e discussão dos dados

PARTE CONCLUSIVA

CAPÍTULO 6: Conclusões e Recomendações

Bibliografia

Apêndices

Anexos

Figura 6 – Descrição da estrutura do Trabalho de Investigação Aplicada

Apêndice C

Órgãos dependentes do Comandante-Geral

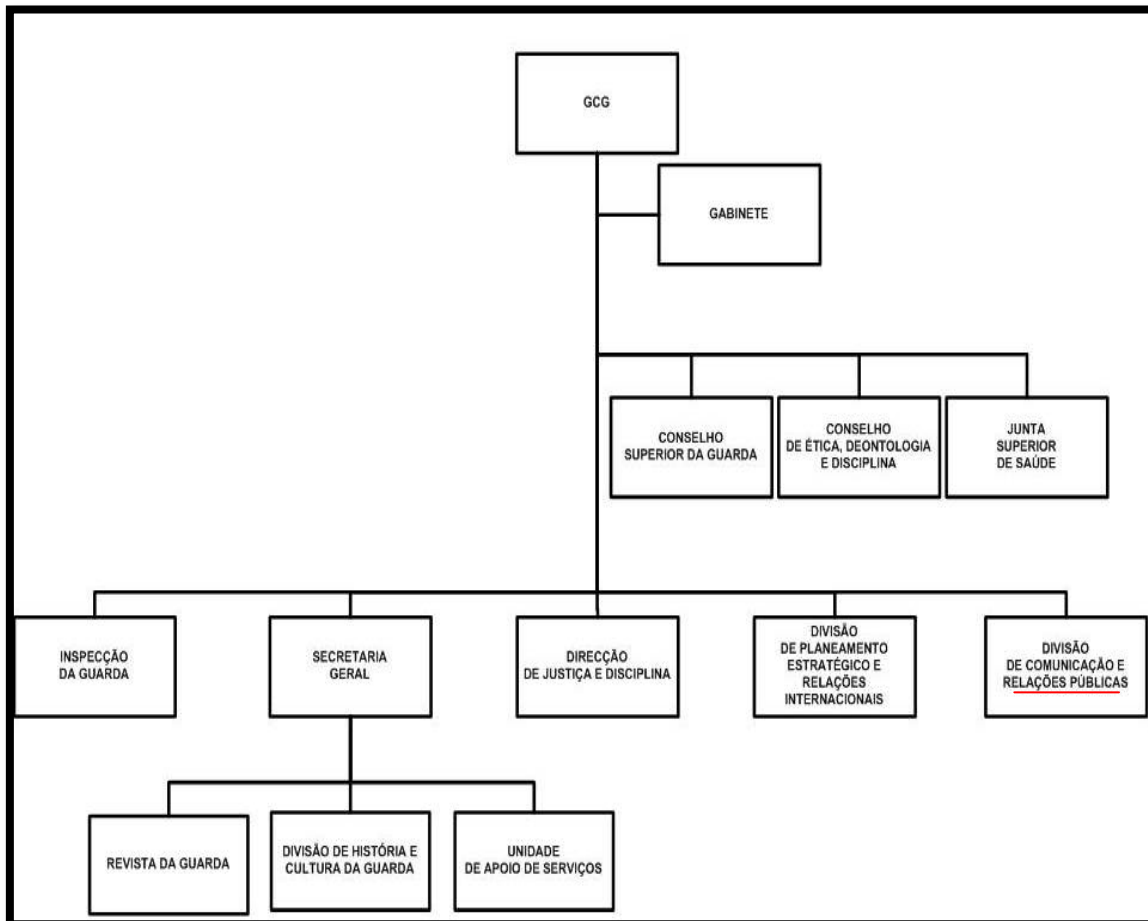


Figura 7 – Órgãos dependentes do Comandante-Geral
Fonte: Adaptado de Branco, 2010, p. 278

Apêndice D

Articulação da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

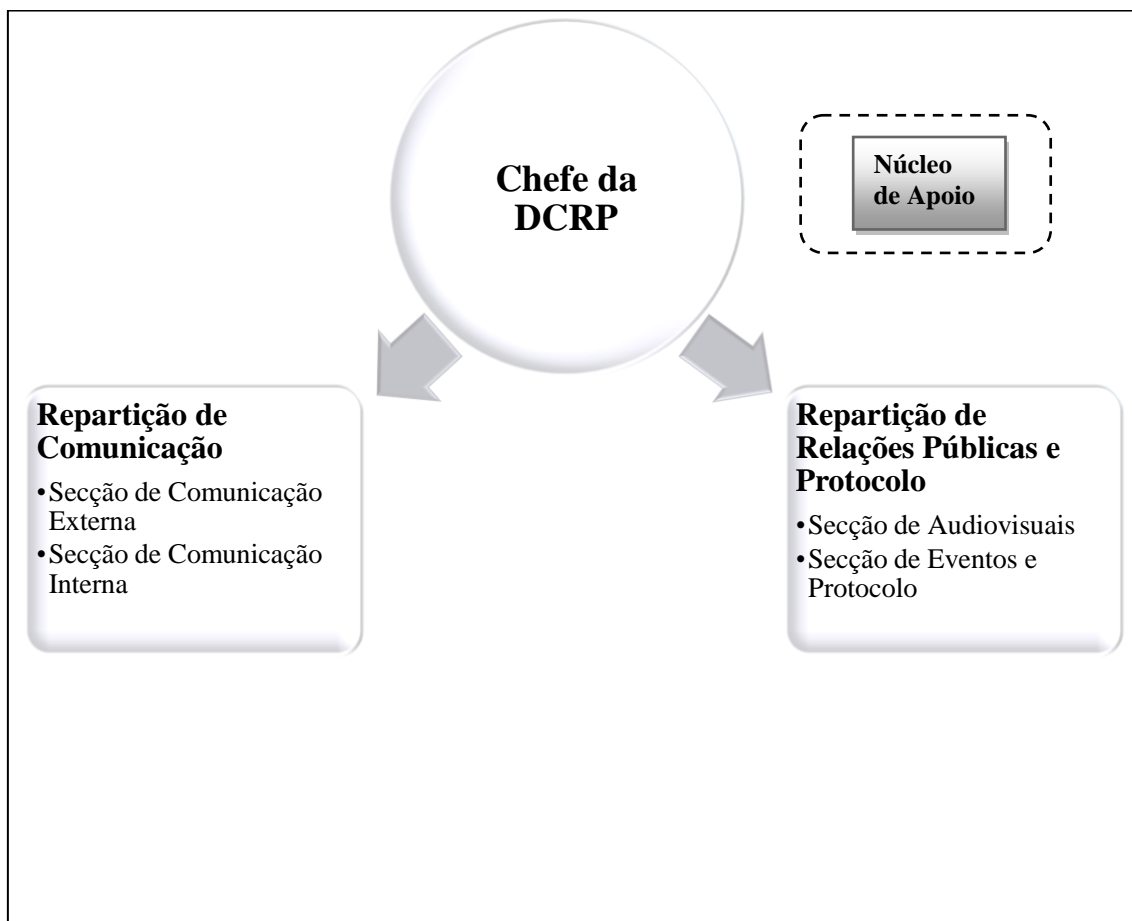


Figura 8 – Organograma da DCRP

Fonte: Elaboração própria com base em documentos da DCRP/GNR

Apêndice E
Carta de apresentação

ACADEMIA MILITAR



**RELATÓRIO CIENTÍFICO FINAL DO TRABALHO DE INVESTI-
GAÇÃO APLICADA**

**"A Guarda Nacional Republicana e as redes sociais:
usos, potencialidades e riscos"**

O Relatório Científico Final do Trabalho de Investigação Aplicada subordinado ao tema "A Guarda Nacional Republicana e as redes sociais: usos, potencialidades e riscos" tem como principal objetivo caracterizar o uso das redes sociais por parte da GNR, procurando determinar as potencialidades decorrentes e averiguar eventuais aspetos sensíveis quanto à dinâmica que esse uso implica.

Para cumprir este objetivo foi adotada a técnica de inquérito por entrevista, cujo critério para efeitos de amostra considerada assenta no conhecimento da temática que está a ser abordada na presente investigação.

Neste sentido, solicito a V. Ex.^a que me conceda esta entrevista como forma de atingir os objetivos da investigação a que me proponho e para a valorização do trabalho que me encontro a realizar.

Se for do interesse de V. Ex.^a, antes da apresentação pública do trabalho, colo

carei à disposição os dados resultantes bem como a transcrição da entrevista.

Grata pela sua colaboração,

Respeitosamente

Carla Inês Domingues

Aspirante de Infantaria da GNR

Apêndice F

Caraterização dos Entrevistados

Quadro 14 – Caraterização dos entrevistados

E	Nome	Habilitações Literárias
1	Pedro Miguel Ramos Costa Lima	Curso de Formação de Oficiais da GNR; Pós-Graduação em Comunicação e <i>Marketing</i> .
2	José Augusto Lopes Machado	Curso de Formação de Oficiais da GNR; Licenciatura em Gestão e Informática.
3	Henrique Armindo	Curso de Formação de Oficiais da GNR; Licenciatura em Comunicação.
4	Gonçalo Nuno Gonçalves da Silva Carvalho	Licenciatura em Ciências Militares; Pós-Graduação em Direito e Segurança; Auditoria de Segurança Interna.
5	Rogério Copeto	Licenciatura em Ciências Militares; Pós-Graduação em Estudos Avançados de Direito e Segurança; Mestrado em Direito e Segurança.
6	Marco António Ferreira da Cruz	Licenciatura em Ciências Militares; Mestrado em Direito e Segurança; Doutoramento em Relações Internacionais; Pós-Graduação em Ciência Política e Relações Internacionais; Pós-Graduação em Ciências Militares e Policiais.
7	Pedro Miguel Pinto Reis	Licenciatura em Ciências Militares, Pós-Graduação em Ciências Militares; Pós-Graduação em Direito e Segurança.
8	Ana Domingues Pereira	Licenciatura em Ciências Militares. Pós-Graduação em Informações e Segurança
9	Raquel Daniela Monteiro Valente	Mestrado em Ciências Militares. Pós-Graduação em Gestão de Recursos Humanos.
10	Renata Marques	Licenciatura em Sociologia.

Apêndice G
Guião de Entrevista

ACADEMIA MILITAR



**RELATÓRIO CIENTÍFICO FINAL DO TRABALHO DE INVESTI-
GAÇÃO APLICADA**

**"A Guarda Nacional Republicana e as redes sociais:
usos, potencialidades e riscos"**

Identificação do Entrevistado

Nome:

Posto:

Função atual:

Local:

Data/Hora:

Questão n.º 1 - Atendendo à utilização cada vez mais frequente das novas tecnologias de informação e comunicação, qual será a forma da Guarda Nacional Republicana estreitar relações com o público-alvo?

Questão n.º 2 - O que motivou a concretização da utilização das redes sociais por parte

da Guarda Nacional Republicana? E quais foram os objetivos pretendidos?

Questão n.º 3 - Quais são os riscos e potencialidades que consegue associar à utilização das redes sociais?

Questão n.º 4 - Que aspetos/critérios são considerados para selecionar as publicações colocadas nas redes sociais?

Questão n.º 5 - De que forma são administradas as reações/participações dos cidadãos nestas redes?

Questão n.º 6 - Quais considera serem os temas/tópicos a que o público-alvo atribui maior importância?

Questão n.º 7 - Qual a influência dos conteúdos publicados por parte da Guarda Nacional Republicana para reforçar as relações de proximidade com o cidadão?

Questão n.º 8 - Considera que a Guarda Nacional Republicana está preparada para o atual cenário competitivo definido pelas novas TIC?

Apêndice H

Grelhas de análise de conteúdo

No presente apêndice são apresentados as grelhas de análise de conteúdo com os aspetos considerados mais importantes pelo autor, das respostas obtidas às várias questões das entrevistas.

Quadro 15 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 1: *“Atendendo à utilização cada vez mais frequente das novas tecnologias de informação e comunicação, qual será a forma da Guarda Nacional Republicana estreitar relações com o público-alvo?”*

E.	Argumentação da Resposta
1	<ul style="list-style-type: none"> - " A Guarda Nacional Republicana, na sua missão de garantir cada vez mais e melhor segurança, tem de estar onde estão as populações". - " (...) tem que ser uma preocupação permanente e constante a presença também no mundo virtual". - " (...) a GNR tem de continuar a apostar, incrementar e desenvolver a sua aposta ao nível da utilização dos componentes e das ferramentas associadas à utilização da Internet como veículo de circulação de informação, nomeadamente as associadas à Web 2.0".
2	- "A GNR deve (...) usá-las para que conseguir chegar a todos".
3	- "A GNR tem que manter em funcionamento e atualizadas as ferramentas que implementou e procurar manter-se atenta, nomeadamente se surgirem novas tendências/ferramentas de uso massivo pelos cidadãos que justifiquem uma aposta na sua utilização".
4	<ul style="list-style-type: none"> - " (...) a Guarda como Instituição de referência na sociedade portuguesa tem que estar preparada para se adaptar às novas tecnologias da informação e utilizar todas as ferramentas disponibilizadas para estreitar o contacto com os seus públicos-alvo. - (...) a presença da Guarda no ambiente Web 2.0 tornou-se uma inevitabilidade nos dias que correm, sendo parte da rotina diária a utilização destes meios para estar em contacto permanente com os cidadãos".
5	- "Essencialmente recorrendo à utilização das redes sociais, sem dúvida são uma ferramenta para chegar a um maior número de pessoas. Uma boa forma para nos aproximarmos da nossa população".
6	- "É sobretudo recorrendo às Redes Sociais. As pessoas estão cada vez mais nas Redes Sociais, e o grande princípio da GNR é : estar onde estão as pessoas.

	- (...) estas plataformas acabam por ser uma estratégia para interagir com as pessoas".
7	- "Nós temos que aproveitar as novas tecnologias para (...) chegar de uma maneira mais célere as pessoas. Portanto, as ferramentas informáticas permitem-nos isso desde que uma forma muito bem trabalhada".
8	- "Através da utilização das redes sociais. O uso de redes sociais deve ser fomentado com a finalidade da Guarda aproximar-se do seu público-alvo". - "A Guarda deve seguir novas tendências e deve estar onde estão os seus “clientes”, sempre que o desejo de modernização não fuja aos princípios que regem a Instituição".
9	- "Foi sobretudo a criação de páginas da Guarda Nacional Republicana nas Redes Sociais, nomeadamente no <i>Facebook</i> , no <i>Flickr</i> , no <i>Twitter</i> e no <i>YouTube</i> ".
10	- " Sem dúvida a participação nas redes sociais, que permitem uma interação mais diária".

Quadro 16 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 2: “O que motivou a concretização da utilização das Redes Sociais por parte da Guarda Nacional Republicana? E quais foram os objetivos pretendidos?”

E.	Argumentação da Resposta
1	- " O objetivo era precisamente o de acompanhar as pessoas nos locais onde elas estivessem, onde consumissem e partilhassem informação". - " (...) a GNR preparou então a sua entrada nesta área, tendo na altura sido reconhecida como pioneira no âmbito da Administração Interna". - " (...) As redes sociais, pela sua fácil e universal acessibilidade, dinamismo, oportunidade e rapidez de partilha de conteúdos, possibilitam a qualquer pessoa, independentemente da sua situação". - " (...) tecer qualquer tipo de comentário ou de opinião, sobre qualquer assunto, em qualquer circunstância".
2	- "(...) uma forma de conseguir divulgar todas as atividades para o que o cidadão tenha acesso à mesma, sem qualquer filtro que até aqui era feito pelos OCS. - "(...) para transmitir conselhos, recomendações, sugestões a todos aqueles que aceder ou partilhar a página".
3	- " (...) apostou-se numa inserção de conteúdos temáticos acerca da nossa actividade". - " (...) Transmitir-se uma maior transparência e um maior envolvimento/proximidade aos cidadãos, com o objetivo último de melhorar a Imagem Institucional da GNR".
4	- " (...) a presença nas redes seria uma forma de estreitar os contactos com os diferentes públicos-alvo". - " (...) estreitar a comunicação com os cidadãos, sem o filtro dos meios de comunicação social". - " (...) transmitir uma imagem de modernidade e proximidade que valorizasse a imagem da instituição".
5	- " Os objetivos passam por dar conta da atividade da Guarda e outras áreas do interesse para o nosso público-alvo". - " (...) Deste modo conseguimos passar uma imagem de uma Força Moderna".
6	- "A decisão prende-se com isso, estar onde as pessoas estão e introduzir os conteúdos que tenham interesse de forma a explorar, divulgar e promover a imagem da Guarda junto das mesmas". - "A presença nestas redes configura outro dos mecanismos e estratégia comunicacional que a nossa instituição tem ao seu dispor".
7	- "Como tal isso permite-nos por um lado divulgar as nossas ações a nível operacional, que se prende com a atividade operacional diária. E por outro lado sensibilizar através das nossas campanhas de sensibilização e da transmissão de conselhos pertinentes".
8	- "A principal motivação do uso das redes sociais foi o desejo de aproximação ao público e assim aumentar a interação da GNR com a sociedade civil".

	- " (...) divulgação das atividades da GNR". - " (...) a promoção de uma imagem de modernização da instituição".
9	- " Dar a conhecer a atividade da Guarda, no que respeita a operações, ações, conselhos e campanhas de sensibilização, criando assim uma maior proximidade e empatia com os utilizadores das Redes Sociais".
10	- " As Redes Sociais permitem-nos ter uma aproximação muito mais direta e mais rápida do que havia antes de aderirmos as mesmas". - "Como tal isso permite-nos trabalhar com mais pessoas no mesmo espaço temporal".

Quadro 17 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 3: “Quais são os riscos e potencialidades que consegue associar à utilização das redes sociais?”

E. Argumentação da Resposta	
1	- " (...) Tudo o que possibilite chegar mais vezes e mais rápido junto das populações, partilhar ideias, conselhos, sugestões, divulgar a imagem da instituição e poder entender melhor os sentimentos, expectativas, desejos e vontades em relação à nossa missão".
2	- " (...) "A utilização destas plataformas sociais poderá ser o meio que o cidadão poderá utilizar para tratar mal a instituição, questionar situações menos corretas do nosso efetivo, fazerem comentários menos próprios". - " (...) pode permitir que milhares de pessoas possam ver". - " (...) trabalhar em rede e em tempo real poderá resolver diversas situações, evitar furtos, incêndios, acidentes, identificar indivíduos, veículos, etc".
3	- " A informação partilhada num ambiente de rede social é muito pública". - " Se algo inapropriado é postado, o seu autor é responsável pelo que escreve". - " (...) e um maior envolvimento/proximidade aos cidadãos".
4	- " (...) a exposição direta e permanente da Instituição à crítica generalizada". - " (...) O sentimento de anonimato e de impunidade da web motiva este tipo de ataques". - " (...) temos a capacidade de publicar conteúdos específicos na rede, direcionados a uma audiência geral ou a um público-alvo em concreto ". - " (...) contribuindo para a mudança de perceções e para atenuar a carga negativa da repressão da atividade policial". - " Permitem também a divulgação de informação de carácter legal, preventivo ou informativo (...) e constituem uma ferramenta de investigação".
5	- " (...) haver alguma atuação que considerem menos adequada da Guarda é logo colocada em causa. Estas plataformas tornam-nos muito expostos as críticas. - " (...) permite dar a conhecer a atividade dos militares da Guarda, publicar conteúdos das populações que nos seguem".
6	- " (...) é estarmos numa posição suscetível de receber críticas, tornando-nos mais expostos". - " (...) o uso pessoal de Redes Sociais por parte dos militares, que acabam por não estar preparados para estar nestas redes". - "(...) O militar colocou essa fotografia, e daí a sair para os OCS foi uma fração de segundos". - " (...) as redes sociais permitem a partilha entre várias pessoas". - " (...) é como se as Redes Sociais fossem um "posto virtual" da GNR. - " Todas as operações são divulgadas previamente, funcionando assim como divulgação e prevenção".
7	- " Para tal, nós devemos ter em atenção aquilo que publicamos porque tudo que se coloca lá fica registado". - " (...) poderão utilizar tal publicação para colocar em causa a atuação da Guarda ou fazer comentários menos adequados. - " Por outro lado, permitem-nos chegar a um elevado número de pessoas".

8	<ul style="list-style-type: none"> - " Quando há interação com a GNR nas redes sociais, podem surgir reações negativas por parte dos utilizadores". - " Rápida divulgação de ações negativas por parte dos militares". - (...) Qualquer publicação que entre no mundo virtual, ficará sempre no mundo virtual mesmo depois de ser apagada". - " (...) rápida divulgação de informação a públicos diversificados". - " (...) aumento da interação com o cidadão". - "Capacidade de prevenir o crime/sinistralidade rodoviária". - " (...) são inúmeras as vezes que os cidadãos relatam situações ilegais, utilizando para o efeito as redes sociais".
9	<ul style="list-style-type: none"> - " No que se refere aos riscos é sobretudo a exposição a que estamos submetidos, considerando que independentemente do tipo de ação estão sempre sujeitos a críticas". - " Relativamente as potencialidades (...) dar a conhecer aos seus utilizadores o trabalho desenvolvido pela Guarda, dando-lhes muitas vezes uma dimensão completamente diferente daquela que tinham, nomeadamente o estereótipo de que a Guarda desenvolve uma atividade essencialmente repressiva".
10	<ul style="list-style-type: none"> - "Por outro lado o ritmo das redes sociais é tão avassalador". - "A principal potencialidade é a presença permanente e proximidade as pessoas".

Quadro 18 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 4: “Que aspetos/critérios são considerados para selecionar as publicações colocadas nas redes sociais?”

E	Argumentação da Resposta
1	- " (...) Temas como o auxílio ou recuperação de animais, a detenção de assaltantes e a recuperação de objetos em resultado de furto ou roubo, ou a homenagem a pessoas que de alguma forma se destacaram".
2	- "O Comando procura colocar informações que sirvam em primeiro lugar para divulgar as atividades desenvolvidas, as referências que são feitas ao Comando, por outros e em segundo lugar, conselhos que julgamos importantes (...) "
3	- " (...) na GNR sempre se procuraram selecionar os assuntos que de alguma forma transmitissem uma imagem positiva da instituição ou, em sentido oposto, aqueles que pela sua gravidade necessitassem de uma tomada de posição clara sobre determinado problema".
4	- "Devem obedecer aos princípios da necessidade, oportunidade e adequabilidade. Ou seja, os conteúdos devem ser apelativos, dinâmicos, informativos, adequados ao momento e assunto e que contribuam para promoção da boa imagem da Guarda e dos seus militares".
5	- " Os critérios prendem-se essencialmente com a nossa atividade diária, programas especiais, proteção da natureza e ambiente, proteção e socorro, investigação criminal e fiscalização e regulação rodoviária. E conteúdo de outras instituições e outras áreas de interesse da Guarda e do nosso público-alvo".
6	<ul style="list-style-type: none"> - " (...) o principal critério é publicar algo relacionado com a atividade da Guarda, sobretudo relacionado com a atividade operacional do dispositivo. - " Por um lado colocamos e aderimos a campanhas relacionadas com a segurança, por outro divulgamos áreas de interesse para a Guarda para a sua posterior intervenção".
7	<ul style="list-style-type: none"> - "Essa preocupação começa logo por nós, temos de saber aquilo que vamos lá colocar e o que pretendemos com essa publicação. Se o objetivo é divulgar uma ação, ou se por outro lado é presertarmos esclarecimento ao cidadão. - "A seleção prende-se basicamente com isto, ações do Comando ou sensibilização".
8	- " Se é construtivo para a Instituição, ou seja, se não é lesivo da imagem e do bom nome da GNR".

	- "(...) Se vai suscitar o interesse e/ou simpatia do público".
9	- "As publicações colocadas estão relacionadas com toda a atividade desenvolvida pela Guarda". - "(...) ainda campanhas de sensibilização de diversa ordem". - " Os critérios (...) pertinentes e atuais, que permitam ainda contribuir para a imagem de modernidade".
10	- "Principalmente as nossas atividades, ou de outras entidades com quem participamos". - " Damos especial atenção a temáticas atuais e que merecem especial atenção".

Quadro 19 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 5: “De que forma são administradas as reações/participações dos cidadãos nestas redes?”

E	Argumentação da Resposta
1	- "(...) todas as interações de conteúdos que resultassem em análises críticas negativas ou menos benéficas para a imagem da instituição, eram tratadas de forma individualizada até à conclusão final da interação". - "(...) efetuado um tratamento individualizado e personalizado de todas as interações".
2	- "O Comando procura dar resposta a todas as reações/participações que são feitas pelos cidadãos". - "(...) as desfavoráveis que surgiram foram tratadas adequadamente, como se tratasse de uma reclamação entrada por outra via".
3	- "(...) procura-se sempre dar resposta a todas as questões e caso o cidadão de alguma forma faça alguma referência menos elogiosa responde-se diretamente". - "(...) sempre que necessário encaminha-se o queixoso para o departamento que melhor o possa apoiar e eventualmente solucionar o problema relatado"
4	- "A opinião dos cidadãos nas redes é sempre considerada e procura-se responder com a maior brevidade possível, em consonância com o tipo de intervenção". - "(...) estrito respeito pelas regras da respetiva rede social".
5	- "As participações podem surgir de várias formas, e todas são tidas em consideração. Caso sejam comentários que exijam resposta a mesma é dada, se forem questões o procedimento é o mesmo. - (...) não há qualquer tipo de restrição, simplesmente aquelas que estão relacionadas com as restrições das próprias redes".
6	- (...) Tudo o que são pedidos e comentários são vistos com especial atenção". - "(...) pedido de informação ou questionário acerca da instituição acabamos por responder". - (...) linguagem depreciativa para a instituição ou para pessoas, nós não publicamos o comentário e dizemos às pessoas o porquê da eliminação do mesmo.
7	- "As nossas redes não devem nem podem ter todas as permissões abertas, temos de as restringir". - "Daí haver a necessidade de estarmos sempre atentos ao que esta a decorrer na nossa rede de uma maneira que consigamos reagir em tempo oportuno". - "As situações que seja para prejudicar a nossa imagem de uma maneira desrespeitosa temos de as eliminar".
8	- "(...) Estamos num Estado de Direito Democrático, logo, todo e qualquer cidadão é livre de expressar a sua opinião e participar nas redes sociais". - "(...) afirmações insultuosas ou ofensivas em relação à Instituição, aos seus militares e a terceiros são enviados para <i>spam</i> pelos administradores da página".
9	- "As nossas redes têm algumas restrições, nomeadamente restrições criadas pelas próprias redes". - (...) na gestão das páginas preocupamo-nos essencialmente com comentários, pois, por vezes, são tecidos alguns comentários depreciativos, com linguagem inapropriada e abusiva". - (...) Por exemplo foi criada uma lista automática com palavras-chave como sejam palavrões, linguagem obscena, entre outras".
10	- " Temos de ter em atenção que cada caso é um caso, há situações em que é fácil de responder tendo em conta que a resposta é aquela e não foge muito dali (...)". - (...) É uma gestão muito caso a caso.

Quadro 20 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 6: “*Quais considera serem os temas/tópicos a que o público-alvo atribui maior importância?*”

E	Argumentação da Resposta
1	- " (...) temáticas que lhe digam diretamente respeito, quer do ponto de vista físico, quer psicológico". - " (...) auxílio ou recuperação de animais (...) ".
2	- " (...) Tudo que tenha a ver com animais têm muita importância para os cidadãos ligados às redes sociais, as informações que são dadas sobre trânsito e naturalmente as atividades de proteção e socorro, são outros temas que têm alguma importância".
3	- " (...) principalmente os de natureza criminal, trânsito e proteção e socorro".
4	- "Sem dúvida aos temas de cariz emocional que afete a sua vida diretamente, da sociedade em geral ou a dos próprios militares. - " (...) interesse preferencial pelos tópicos de cariz preventivo/informativo".
5	- " (...) Temas como Proteção da Natureza e do Ambiente, Programas Especiais, Temáticas com animais tem muito interesse".
6	- "Sobretudo feitos dos nossos militares, desde operações de salvamento a alguém ou atos de destaque. - " (...) as operações diárias, são aquelas que as pessoas acabam por partilhar e interagir mais com a instituição".
7	"As pessoas quando consultam as nossas redes o que pretendem é informação. Isto relaciona-se com os <i>media</i> . Nós temos de publicar algo que seja atualizado". - " (...) Outros dos temas que o público adere são as operações diárias realizadas pelos nossos militares e atividades de proteção e salvamento quer sejam de animais ou pessoas".
8	- "Normalmente as publicações de divulgação das operações são aquelas que costumam ter mais partilhas e mais visualizações".
9	- "Sobretudo o que é relacionado com programas de proximidade, como sejam os relacionados com idosos, crianças". - "Os animais são sempre tópicos muito apreciados (...). - " (...) as ações dos nossos militares, em serviço e fora dele".
10	- " Isso depende muito do público-alvo. Neste caso nós já temos noção de quem são eles, (...) as temáticas relacionadas com animais sabemos que tem sempre muita adesão".

Quadro 21 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 7: “*Qual a influência dos conteúdos publicados por parte da Guarda Nacional Republicana para reforçar as relações de proximidade com o cidadão?*”

E	Sinopse da Resposta
1	-" Desde as afirmações claras e diretas de uma favorável e agradável surpresa em relação à postura dinâmica, moderna e eficaz da instituição." - " (...) notório que os conteúdos publicados a este nível trazem um claro reforço na aproximação com o cidadão".
2	- "Julgo que alguns dos conteúdos colocados aproxima a GNR do cidadão e basta ver os comentários que são feitos, quando verificam que a atividade que é desenvolvida pela GNR não se resume a repressão".

3	- " Todas as ações e ferramentas que melhorem o conhecimento e a interação entre a GNR e os cidadãos". - " (...) possibilitando o reforço dos laços de confiança e proximidade". - " (...) melhorado de forma significativa a imagem que a GNR transmite às populações que serve e a todos os cidadãos".
4	- "Atualmente, os conteúdos publicados nas redes sociais constituem um excelente meio de reforço da dinâmica de estreitamento das relações com os cidadãos".
5	- " Tendo em conta que a maioria dos conteúdos são relacionados com a atividade da GNR, os mesmos aproximam". - " (...) criando desta forma empatia com esta FS". - " (...) há muitas pessoas que desconhecem algumas das nossas ações desenvolvidas. Ainda tem muito associada a ideia que só desenvolvem ação repressiva".
6	- "Os conteúdos são publicados para que as pessoas sejam informadas sobre aquilo que a própria instituição está a fazer mas sobretudo para motivar a interação com a instituição".
7	- "A Guarda Nacional Republicana faz um esforço enorme diariamente para estar próximo do cidadão". - "(...) Assim conseguimos estreitar os nossos laços de proximidade e chegar a mais público".
8	- "O reforço dos laços com cidadão aumenta à medida que é disponibilizada mais informação (não classificada) acerca da Guarda". - " (...) gera proximidade e confiança nas capacidades e no trabalho da instituição dos seus militares".
9	- "Os conteúdos ajudam a desmistificar as ideias pré-concebidas dos cidadãos em relação à Guarda, criando uma maior empatia e proximidade. - (...) Ao darmos a conhecer toda a nossa atividade, (...) estamos a mostrar que trabalhamos em prol da segurança e bem-estar do cidadão, damos também uma ideia de modernidade e de uma força multifacetada".
10	- " A GNR faz um esforço enorme diariamente para estar próximo do cidadão". - " (...) estreitar os nossos laços de proximidade e chegar a mais público".

Quadro 22 – Análise de conteúdo da resposta dos inquiridos à Questão n.º 8: “*Considera que a Guarda Nacional Republicana está preparada para o atual cenário competitivo definido pelas novas TIC?*”

E Argumentação da Resposta	
1	- " (...) tenho a certeza que, pelo menos nesta vertente da componente humana, a instituição está preparada para todos os desafios que se nos apresentem pela frente". - " (...) é importante que exista uma definição estratégica sobre o que dizer, como dizer, em que momento e de que forma deverá ser dito".
2	- "Sim. A GNR tem sabido adaptar-se a todas as mudanças, tem sabido aproveitar e julgo que está devidamente preparada para o atual cenário".
3	- "Sim. (...) teremos que considerar a GNR como uma instituição preparada para enfrentar os novos paradigmas das novas tecnologias".
4	- " Sim. A GNR tem demonstrado ao longo dos tempos que é uma Instituição que se adapta rápido e facilmente às mudanças da nossa sociedade, procurando responder permanentemente aos novos paradigmas sociais. - " (...) com recurso às novas tecnologias e às melhores práticas mundiais".
5	- " Não. Ainda se verificam várias lacunas nomeadamente a nível de formação e atitude individual e institucional".
6	- "Sim, reflexo disso é o número de seguidores que diariamente acompanham as nossas redes". - " (...) a própria instituição terá que se adaptar a esta matéria e regulamentar determinados aspetos como já o fizeram determinadas forças de outros países".

7	- "Sim. A GNR tem de investir na formação dos nossos militares que operam os nossos sistemas informatizados, nomeadamente as redes sociais".
8	- "Sim. Contudo há uma necessidade de atualização constante dos métodos e das estratégias de aproximação ao público". - " (...) bem como dos conhecimentos técnicos neste campo, uma vez que a Sociedade de Informação está em constante atualização".
9	- "Sim. A GNR deu um grande passo com a adesão às Redes Sociais, pois é uma forma de chegar a um maior número de pessoas, permitindo favorecer a imagem institucional. Só isto representa uma evolução". - " (...) formações a título individual e institucional".
10	- " Sim em absoluto. E isso vê-se através da presença da GNR em todas as redes e a forma como dá resposta".

Anexos

Anexo A

Composição da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

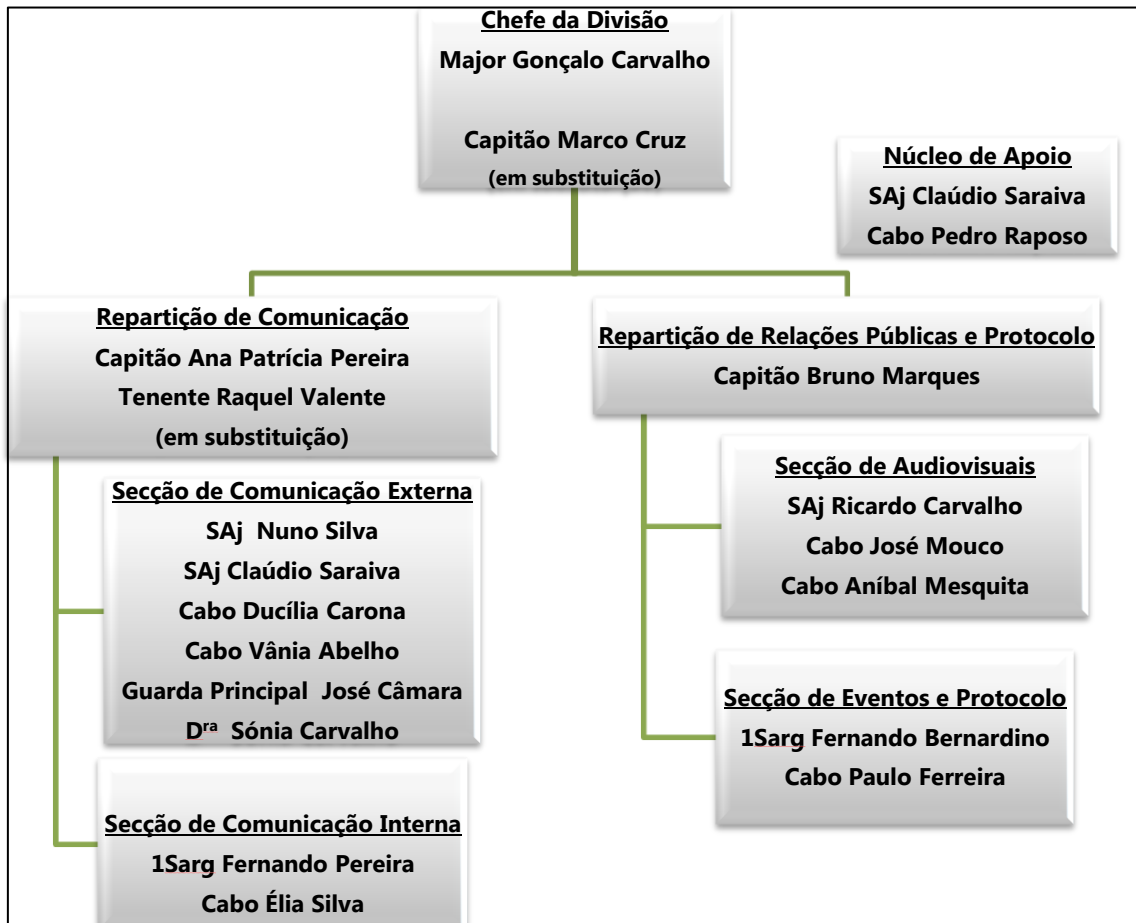


Figura 9 – Composição da DCRP
Fonte: DCRP/GNR, 2014

Anexo B

**Atribuições, articulação e tarefas da Divisão de Comunicação e
Relações Públicas**

Referências

- ✓ Lei n.º 63/2007, de 6 de Novembro;
- ✓ Despacho 9634/2011, de 19 de julho, do Comandante-Geral da GNR;
- ✓ Regulamento Geral do Serviço da Guarda Nacional Republicana.

Atribuições

Segundo o estipulado no artigo 6.º do Despacho 9634/2011, de 19 de julho, do Exmo. Comandante-Geral da GNR, compete à Divisão de Comunicação e Relações Públicas (DCRP), no âmbito do n.º 2 do artigo 26 de Lei n.º 63/2007, de 6 de Novembro, o seguinte:

1. Promover o desenvolvimento da imagem institucional e as atividades de relações públicas da Guarda;
2. Coordenar a aplicação das regras e normas de protocolo nas cerimónias oficiais da Guarda;
3. Planear, coordenar e executar as atividades de informação pública;
4. Planear, coordenar e realizar as atividades de comunicação interna;
5. Desempenhar a função de porta-voz oficial e coordenar e executar a ligação do Comando da Guarda com a Comunicação Social;
6. Coordenar o relacionamento dos diversos Comandos da Guarda com a Comunicação Social;
7. Recolher, processar, e analisar os elementos de informação divulgados pela Comunicação Social respeitantes à atividade da Guarda;
8. Coordenar e executar a gestão e a atualização do portal da Guarda e das novas ferramentas de comunicação associadas à Internet;

9. Garantir, em articulação com a DPERI, a ligação protocolar e de representação da Guarda a entidades estrangeiras.

Articulação

A Divisão de Comunicação e Relações Públicas articula-se em:

1. Chefe;
2. Núcleo de Apoio;
3. Repartição de Relações Públicas e Protocolo (RRPP);
 - a. Secção de Eventos e Protocolo;
 - b. Secção de Audiovisuais.
4. Repartição de Comunicação (RC)
 - a. Secção de Comunicação Interna;
 - b. Secção de Comunicação Externa.

Tarefas

1. Ao **Núcleo de Apoio**:
 - a. Compete-lhe assegurar o apoio administrativo às atividades da DCRP e as demais tarefas que lhe forem cometidas pelo chefe da divisão.
2. À **Repartição de Relações Públicas e Protocolo** compete-lhe, nomeadamente:
 - a. Promover o desenvolvimento da imagem institucional e as atividades de relações públicas da Guarda;
 - b. Coordenar a aplicação das regras e normas de protocolo nas cerimónias oficiais da Guarda;
 - c. Garantir, em articulação com a DPERI, a ligação protocolar e de representação da Guarda a entidades estrangeiras;
 - d. Conceber imagens em multimédia e fotografia para divulgação interna e externa;
 - e. Assegurar a cobertura em multimédia das atividades da Guarda.
3. À **Repartição de Comunicação** compete-lhe, nomeadamente:
 - a. Planear, coordenar e executar as atividades de informação pública;

- b. Planear, coordenar e realizar as atividades de comunicação interna;
- c. Coordenar o relacionamento dos diversos comandos da Guarda com a comunicação social;
- d. Recolher, processar, e analisar os elementos de informação divulgados pela Comunicação Social respeitantes à atividade da Guarda;
- e. Coordenar e executar a gestão e a atualização do portal da Guarda e das novas ferramentas de comunicação associadas à Internet.

Anexo C

Regulamento Geral do Serviço da GNR

Comunicação e relações públicas

Artigo 109.º

Conceitos gerais

1 — Designa -se por comunicação o processo que auxilia a promover a circulação e compreensão da informação produzida pela Guarda, ao nível interno e ou externo.

2 — Neste contexto as relações públicas assumem a importante missão de assegurar uma ligação estável entre a instituição e o meio que a rodeia, com o objetivo de confirmar uma relação permanente entre todos os intervenientes, de forma a aumentar a credibilidade e notoriedade da sua imagem.

3 — Ao desenvolverem atividades de comunicação e relações públicas, as unidades deverão ter em consideração que as mesmas devem projetar uma imagem positiva e favorável da Guarda através de uma mensagem objetiva, atual e isenta.

Artigo 110.º

Responsabilidades

1 — O planeamento, coordenação e supervisão das atividades de comunicação e de relações públicas na Guarda são da responsabilidade da Divisão de Comunicação e Relações Públicas (DCRP), a quem compete a elaboração das normas gerais que orientam as atividades em qualquer escalão de comando.

2 — O comandante da unidade é o coordenador e o responsável por todas as atividades a desenvolver na sua unidade neste âmbito, em perfeita e permanente coordenação com a DCRP.

Artigo 111.º

Oficial de comunicação e relações públicas

1 — O oficial de comunicação e relações públicas deve ser nomeado, sempre que possível, atendendo às características e perfil considerado adequado para o desempenho

da sua função, nomeadamente ao nível curricular (formação profissional adequada) e pessoal (reconhecida capacidade de comunicação e imagem).

2 — Além dos requisitos necessários já enunciados, é essencial que o oficial de comunicação e relações públicas tenha perfeitos conhecimentos sobre a Guarda e a unidade onde presta serviço, com uma correta noção da sua actividade e dos seus aspetos positivos e negativos, para que possa estabelecer um eficaz plano de actividade.

3 — Só com uma informação constante, objetiva, incisiva, curta e sistemática é que um oficial de comunicação e relações públicas pode desempenhar bem as suas funções, pelo que o comandante da unidade deve estabelecer os elos de ligação e coordenação necessários entre os diferentes sectores para que tal seja efetivo, real e eficiente.

Artigo 112.º

Contactos com os órgãos da comunicação social

1 — O exercício da comunicação da Guarda com o exterior é extremamente importante, fazendo -se diretamente com as populações e entidades representativas e através dos contactos com os órgãos de comunicação social. Deve ser cuidada, oportuna, corresponder à verdade e assentar numa informação sistemática e coerente, para que se crie e desenvolva no público uma imagem permanentemente favorável.

2 — Nos contactos com os órgãos de comunicação social há que destringir, sempre que possível, as notícias de interesse local, daquelas que pelas suas características possam vir a ser de interesse nacional ou revistam maior complexidade. Assim, enquanto as primeiras poderão ser difundidas ou esclarecidas pelas unidades — mas sempre através de um elemento devidamente credenciado pelo comando — as segundas, deverão, obrigatoriamente ser canalizadas, com a urgência possível, para a DCRP, que as submeterá à apreciação do General Comandante -Geral, tendo em vista a sua oportuna difusão ou a elaboração dos comentários pertinentes.

3 — Excetua -se os casos em que os comandantes de unidade, por razões de imperiosa urgência, no momento do acontecimento e instados por representantes dos órgãos de comunicação social, entendam chamar a si algum esclarecimento sobre a situação em presença, dando imediato conhecimento à DCRP.

4 — Os contactos com os órgãos da comunicação social são executados de acordo com as normas específicas em vigor.

Artigo 113.º

Portal internet da Guarda

1 — A seleção, tratamento e publicação de notícias no portal internet da Guarda, relativas à actividade operacional, é da responsabilidade da DCRP.

2 — É, ainda, responsabilidade da DCRP a adequação e atualização de todos os restantes conteúdos disponíveis, para consulta e informação em geral, em estreita coordenação com as diversas estruturas de comando da Guarda.

Artigo 114.º

Protocolo

1 — As normas de protocolo a utilizar em cerimónias da Guarda são as vigentes na lei das Precedências do Protocolo do Estado e o que sobre o mesmo assunto estiver determinado para a Guarda.

2 — O comandante da unidade, que é o responsável pela aplicação das referidas normas, pode, localmente, proceder a determinados ajustamentos corretivos,

Anexo D

Distribuição de seguidores da página da GNR por países



Figura 10 – Distribuição de seguidores por países
Fonte: SocialBakers, 2014

Anexo E

Posição geral da GNR

Local Fans Page Fans

#	Page	Local Fans	Fans	ER	Rating
1.	Polícia Segurança Pública	190 525	227 951	N/A	NA
2.	INEM - Instituto Nacional de...	153 576	176 284	N/A	NA
3.	Turismo de Portugal	81 299	84 242	N/A	NA
4.	Guarda Nacional Republicana	63 596	73 889	Find In Analytics	NA
5.	Câmara Municipal de Lisboa -...	49 355	56 687	Find In Analytics	NA
6.	Câmara Municipal de Cascais	37 918	42 742	Find In Analytics	NA
7.	Instituto Português do Sangue e da...	34 820	36 956	Find In Analytics	NA
8.	Presidência da República Portuguesa	30 771	34 722	Find In Analytics	NA
9.	Câmara Municipal de Matosinhos	19 038	20 282	Find In Analytics	NA
10.	Ricardo Rio	12 014	15 787	Find In Analytics	NA
11.	Compete	8 537	8 954	Find In Analytics	NA
12.	Município da Moita	7 397	8 071	Find In Analytics	NA
13.	Reguengos ComVida	7 048	7 426	Find In Analytics	NA
14.	Somos Figueira	4 105	4 423	Find In Analytics	NA
15.	Todos por Sintra	3 346	3 452	Find In Analytics	NA
16.	Município de Santa Marta de...	1 515	1 761	Find In Analytics	NA

Figura 11 – Posição Geral da GNR
 Fonte: SocialBakers, 2014