



UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA



ARTIGO:

CONNECTING CITIZENS AND LOCAL GOVERNMENTS? SOCIAL MEDIA AND INTERACTIVITY IN MAJOR U.S. CITIES

Diego Jessie Martínez

Mestrando em Engenharia e Gestão do Conhecimento

DISCIPLINA: GOVERNO ELETRÔNICO

Outubro de 2015

Conteúdo da Apresentação

1. Informações Gerais de Contexto.
2. Assuntos Centrais do Artigo.
3. Uso das Mídias Sociais.
4. Benefícios Potenciais das Mídias Sociais no Governo.
5. Análise de Conteúdos de Sites Oficiais nos EEUU.
6. Três casos: Seattle, Louisville, e Chicago.
7. Conclusões.

Referências

1. Informações Gerais de Contexto



- **Autores:** Karen Mossberger, Yonghong Wu e Jared Crawford.
- **Organização:** Departamento de Administração Pública, Universidade de Illinois, Chicago, EEUU.
- **Escopo:** evolução das mídias sociais no governo nas 75 maiores cidades dos EEUU entre 2009 e 2011. Nível local.
- **Ano de publicação:** 2013 (online)

2. Assuntos Centrais do Artigo

- Uso das mídias sociais pelos cidadãos dos EEUU como mecanismo de interação com o governo.
- Benefícios potenciais das mídias sociais, portais de dados abertos, RSS e web 2.0.
- Três estudos de caso: Seattle, Louisville, e Chicago -> Índice de interatividade governo-cidadão.
- Agenda de trabalhos futuros

3. Uso das Mídias Sociais

Evolução da adoção das mídias sociais nas 75 maiores cidades dos EEUU

	<u>2009</u>	<u>2011</u>
	13%	87%
	25%	87%

4. Benefícios Potenciais das Mídias Sociais no Governo

- Entrega de serviços e soluções políticas eficazes e à medida. Isto a partir da interação e networking com múltiplos atores da sociedade: organizações sem fins lucrativos, grupos civis e cidadãos.
- Personalização da informação (indivíduo e grupo).
- Disseminação e engajamento das novas gerações para participar das decisões políticas.

5. Análise de Conteúdos de Sites Oficiais nos EEUU

Table 1.
Interactive tools utilized in websites of 75 largest U.S. cities — comparison of 2009 and 2011.

Tools	2009		2011	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
Online citizen survey	45	60	61	81.3
On-line newsletter subscriptions or e-mail updates	59	78.7	68	90.7
Downloadable information materials	75	100	75	100
Searchable databases	73	97.3	73	97.3
Comment or message box	60	80	56	74.7
RSS feed	4	5.3	5	6.7
Twitter	19	25.3	65	86.7
Discussion boards	1	1.3	2	2.7
Virtual townhall meetings	0	0	0	0
Facebook link	10	13.3	65	86.7
YouTube link	12	16	56	74.7
Blog for city in general	N/A	N/A	8	10.7
Blog for elected official	N/A	N/A	17	22.7
Flickr link	N/A	N/A	28	37.3
Open data portals	N/A	N/A	12	16

Table options ▼

Índice de interatividade baseado em 27 itens

- Identifica características de interatividade.
 - Promoção ao acesso conveniente e personalizado.
 - Oferta de feedback em uma direção (cidadão-governo).
 - Oferta de interação em duas direções.

- É calculado como Itens presentes nos websites / número total de itens utilizados no ano.

6. Três casos: Seattle (1), Louisville (3), e Chicago (10)*

Características

- As três cidades possuem portais de dados abertos.
- Seattle, reconhecida pelo planejamento de bairros e a participação do cidadão.
- Chicago, mudança de paradigma da grande e tradicional maquinaria política para uma cidade mais moderna -> reuniões da câmara municipal em linha.
- Louisville, sessões on-line de perguntas e respostas (prática).

6. Três casos: Seattle (1), Louisville (3), e Chicago (10)*

Estratégias

- Push – representação da agência.
- Pull – engajamento cidadão.
- Networking – interação com todos os atores envolvidos.

Table 2.
Seattle social networks (push, pull, & networking).

Office (Department)	Facebook	Twitter	Flickr	YouTube	Blog
Mayor	Push	Networking	Push		Push
Parks	Push	Networking	Push		Push
Police	Push	Pull			Push

Escopo: Prefeitura, Departamento de Polícia, Departamento de Parques.

Justificativa: Áreas transversais e priorizadas para engajamento cidadão.

6. Três casos: Seattle (1), Louisville (3), e Chicago (10)*

Problemas de implementação

- Visibilidade – Chegar até os cidadãos -> portais, mídias sociais, sites do município, etc.
- Moderação das discussões – regras simples de participação, manutenção de registros, etc.
- Engajamento cidadão – comprometimento com o uso adequado das mídias de interação.

7. Conclusões

- A rápida adoção das redes sociais por parte dos governos é notável. No espaço de apenas dois anos, a adoção entre as maiores cidades dos EEUU aumentou até seis vezes ao longo de algumas mídias sociais.
- O resultado das estratégias de uso das mídias sociais para governo, nas três cidades do estudo de caso, é principalmente: representação ou **push**, mas há alguma evidência dos estágios **pull** e **networking**.
- O desafio passa pelo engajamento cidadão, e a partir disso, a coleta, seleção, depuração e análise das informações vindas das mídias sociais para uso apropriado na tomada de decisões de governo.
- Trabalhos futuros: Como a mídia sociais podem ser comparadas com outros canais de participação e discussão? Em que medida deve se investir em recursos de mídias sociais, em vez de outras formas de comunicação? Quais as mídias sociais mais eficazes, para que fins, e de que forma?

Referências Bibliográficas

MOSSBERGER, Karen; WU, Yonghong; CRAWFORD, Jared. Connecting citizens and local governments? Social media and interactivity in major U.S. cities. **Government Information Quarterly**, n. 4, v. 30, p. 351-358, 2013. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740624X13000774>>. Acesso em: 19 out. 2015.