

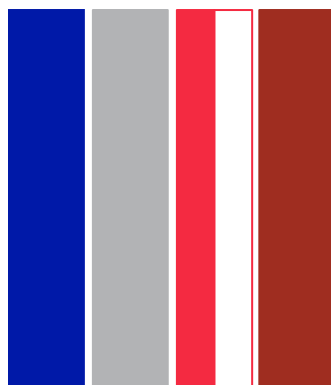
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
ÁREA DE ESPECIALIZAÇÃO- ESTUDOS DE MÉDIA E JORNALISMO

Relatório de Estágio na Câmara Municipal de Amarante: a importância das redes sociais para os Municípios

Marlene Isabel Azevedo Moreira

M

2022



Marlene Isabel Azevedo Moreira

Relatório de estágio na Câmara Municipal de Amarante: a importância das redes sociais para os municípios

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pelo Professor Doutor Paulo Frias da Costa.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2022

Marlene Isabel Azevedo Moreira

Relatório de estágio na Câmara Municipal de Amarante: a importância das redes sociais para os municípios

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pelo Professor Doutor Paulo Frias da Costa.

Membros do Júri

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Classificação obtida: (escreva o valor) Valores

À medida que o conhecimento aumenta, o espanto se aprofunda (Charles Morgan).

*À minha família e amigos,
por todo o apoio dado nas etapas deste percurso.*

Sumário

Declaração de honra.....	3
Agradecimentos.....	4
Resumo.....	5
Abstract	6
Índice de Figuras.....	7
Índice de Gráficos	8
Lista de abreviaturas e siglas	9
Introdução	10
1.Interpretação histórica do termo Rede Social	14
1.1. Conceito de Rede Social online.....	18
1.2. Funcionalidade das redes sociais	21
1.3. Atores nas redes sociais.....	22
1.4. Principais conceitos e critérios	23
1.5. Tipos de rede por Paul Baran.....	25
2.Experiência de estágio.....	27
3.Metodologia	30
4.Análise de resultados	32
4.1. Generalização da internet e das redes sociais	34
4.2. As redes sociais como fonte de informação	35
Conclusão	41
Referências Bibliográficas.....	45
Anexos	47
Anexo 1 – Perguntas do inquérito realizado.	47

Declaração de honra

Declaro que o presente relatório é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, setembro 2022

Marlene Isabel Azevedo Moreira

Agradecimentos

Gostaria de agradecer aos meus pais, Maria José Azevedo e Manuel Moreira, pelo apoio prestado ao longo de todo o meu percurso académico. Sem vocês este caminho não seria possível.

Ao meu orientador, Professor Doutor Paulo Frias da Costa, por todo o acompanhamento e disponibilidade ao longo da realização deste trabalho.

À Doutora Daniela Andrade, por toda a ajuda prestada durante o estágio curricular na Câmara Municipal de Amarante.

Resumo

Este relatório resulta da realização do estágio curricular no Departamento da Cultura da Câmara Municipal de Amarante, ocorrido entre 18 de outubro e 02 de fevereiro. Ao longo desse período foram desenvolvidas competências aprendidas na academia, tendo adquirido novos conhecimentos juntamente com os profissionais da respetiva Câmara Municipal. De forma a materializar esta experiência foi realizado um estudo de caso com o objetivo de demonstrar a importância das redes sociais para os municípios, concretizado através de um questionário. Assim, foram recolhidas 181 respostas e procurou-se responder às hipóteses e perguntas de investigação formuladas. No final, constatamos que além das redes sociais serem importantes para a divulgação de conteúdos entre as autarquias e as pessoas, são muitas vezes um dos únicos veículos de informação para a população.

Palavras-chave: Redes sociais; Municípios; Comunicação

Abstract

This report is the result of the curricular internship at the Department of Culture of the Municipality of Amarante, which took place between October 18 and February 2.

During this period, skills learned at the academy were developed, having acquired new knowledge together with the professionals of the respective City Council. In order to materialize this experience, a case study was carried out in order to demonstrate the importance of social networks for municipalities, carried out through a questionnaire. Thus, 181 responses were collected and an attempt was made to answer the hypotheses and research questions formulated. In the end, we found that in addition to social networks being important for the dissemination of content between municipalities and the people, they are often one of the only vehicles of information for the population.

Key-words: Social Networks; Municipalities; Communication

Índice de Figuras

FIGURA 1- TIPOS DE REDES SEGUNDO PAUL BARAN	25
---	----

Índice de Gráficos

GRÁFICO 1 - SEXO	ERRO! MARCADOR NÃO DEFINIDO.
GRÁFICO 2 - IDADE.....	33
GRÁFICO 3 - HABILITAÇÕES ACADÉMICAS	34
GRÁFICO 4 - TEM INTERNET EM TODO O LADO?	34
GRÁFICO 5 - COSTUMA ACOMPANHAR AS NOTÍCIAS PELAS REDES SOCIAIS?	35
GRÁFICO 6 - ACOMPANHA AS NOTÍCIAS DO SEU MUNICÍPIO PELAS REDES SOCIAIS?	36
GRÁFICO 7 - SEGUE AS REDES SOCIAIS DO SEU MUNICÍPIO?.....	36
GRÁFICO 8 - AS REDES SOCIAIS SÃO FUNDAMENTAIS PARA A DIVULGAÇÃO DO MUNICÍPIO?	37
GRÁFICO 9 - É ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS QUE AS PESSOAS CONSEGUEM SABER INFORMAÇÃO ACERCA DO MUNICÍPIO ONDE ESTÃO INSERIDAS?	37
GRÁFICO 10 - ENTENDE A DIFERENÇA ENTRE AS REDES PROFISSIONAIS E AS REDES SOCIAIS DE ENTRETENIMENTO?	38
GRÁFICO 11 - OS CONTEÚDOS MAIS APRECIADOS NAS REDES SOCIAIS DOS MUNICÍPIOS	39
GRÁFICO 12 - PARTILHA AS PUBLICAÇÕES DO SEU MUNICÍPIO NAS REDES SOCIAIS?	39
GRÁFICO 13 - A FREQUÊNCIA COM QUE O SEU MUNICÍPIO PUBLICA NAS REDES SOCIAIS É ADEQUADA?	40

Lista de abreviaturas e siglas

MMAS..... MUSEU MUNICIPAL AMADEO DE SOUZA-CARDOSO

Introdução

O presente relatório de estágio resulta da realização de um estágio curricular de 18 de outubro de 2021 a 02 de fevereiro de 2022 no departamento da cultura da Câmara Municipal de Amarante, que permitiu a materialização de todo o conhecimento adquirido no primeiro ano de mestrado na Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

As redes sociais são plataformas onde as pessoas podem consumir conteúdo de outras pessoas, de forma gratuita, partilhar o seu próprio conteúdo e até mesmo conectar-se com outras pessoas através de comentários, mensagens privadas e gostos.

O principal objetivo destas plataformas é, basicamente, conectar as pessoas. Com a chegada da internet, chegou também a possibilidade de partilhar informação com qualquer pessoa, a partir de qualquer lado, a qualquer hora. As redes sociais vieram facilitar essa partilha de informações e comunicação entre as pessoas.

De maneira a promoverem essa conexão entre pessoas, e entre pessoas e marca, as redes sociais podem ter várias funções, desde vender, entreter ou informar.

Quando uma pessoa cria um perfil no *Tik Tok*, por exemplo, pode mantê-lo privado, se assim o quiser, com o objetivo apenas de se comunicar com os seus amigos e familiares, ou seja, com pessoas que apenas conhece e a conhecem na vida real. Por outro lado, se uma pessoa criar um perfil público, há muitas possibilidades. Há a possibilidade de comunicar e conhecer novas pessoas de todo o lado do planeta.

Quando se tem um perfil público numa rede social também se tem a possibilidade de partilhar o trabalho, as inspirações, a arte, o dia a dia das pessoas e isso pode interessar a outras pessoas, até mesmo a muitas pessoas e assim se tornar um perfil enorme com bastantes seguidores. Há pessoas que conseguem viver apenas das redes sociais e do conteúdo que partilham.

A essência das redes sociais é a interação. É importante também de saber que cada rede social é uma rede social, isto é, cada rede social tem as suas próprias regras e características, e agrega funções mais ou menos específicas.

Hoje em dia, as redes sociais são como vitrines. Quando queremos algum produto ou conhecer melhor uma marca específica, o que fazemos? Procuramos esse produto nas redes sociais. A maioria das pessoas quando está a pensar em comprar alguma coisa, vai de imediato investigar todas as informações importantes sobre o produto e/ou serviço que quer, nomeadamente as opiniões on-line das pessoas à cerca do mesmo.

Normalmente, nas redes sociais, conseguimos saber as avaliações que as pessoas deixam às marcas, e assim compreender melhor como é que uma determinada empresa lida e trata com os seus clientes e, claro que, também aproveitamos para ver o que as empresas e marcas publicam e os seus conteúdos.

Se, por ventura, o conteúdo que estamos a ver nos agrada e for relevante para nós e até mesmo de qualidade, acabamos por seguir a página da empresa, marca ou personalidade anónima ou pública que nos interessa. Isto porque toda a gente gosta de ver conteúdo interessante, de uma forma ou de outra, que seja gratuito.

Hoje em dia, um perfil de uma rede social é a porta de entrada para um negócio, uma pessoa ou, até mesmo, a porta de entrada para um pequeno empreendedor. Se as pessoas não gostarem da porta de entrada, ou porque é bonita, ou porque é acolhedora, ou porque, de alguma maneira, se identificam com alguma coisa, não vão entrar, por isso temos de dar alguma atenção, mais do que se pensa, à nossa “porta de entrada” para que as pessoas possam vir para ver e, posteriormente, a curto ou longo prazo, comprem, negociarem ou seguirem.

As redes sociais não são todas iguais, ao contrário do que muitas pessoas pensam.

Cada rede social tem funções e características próprias e específicas sobre as quais devemos saber, para que consigamos ter as ferramentas necessárias para alcançarmos o sucesso em cada uma. A estratégia que resulta numa rede social pode não resultar noutra, e é por essa razão que devemos saber aquilo que diferencia cada uma delas, de maneira a conseguirmos tirar vantagem disso.

Existem quatro tipos de redes sociais:

A primeira é a rede social de relacionamento, que são as redes sociais mais utilizadas e têm como principal objetivo conectar as pessoas e criar relações entre elas, sejam estas relações amorosas, de amizade ou de trabalho, entre outras. Um exemplo para este tipo de rede social é o *Facebook*. O *Facebook* é a rede social mais utilizada do mundo e embora esta rede social seja utilizada para várias e diferentes necessidades, o foco principal ainda é o relacionamento entre utilizadores. Este tipo de rede social serve para se fazer novos amigos, reencontrar amigos, manter contacto com familiares, amigos, colegas, etc.

A segunda é a rede social de entretenimento, que são as redes sociais que estão mais viradas para a divulgação de conteúdo. Claro que estas redes sociais podem, e são, utilizadas também para que as pessoas se possam relacionar com outras, sejam amigos ou desconhecidos, mas isso não é o seu principal objetivo. Um exemplo muito bom desta rede social é o *Youtube*. Estes tipos de redes sociais servem mesmo para nos entreter, quando não temos nada para fazer e queremos passar o tempo ou até mesmo quando nos apetece estar entretidos e não pensar em nada.

A terceira rede social é a rede social profissional, que são as redes sociais que são mais direcionadas para empresas e que o objetivo destas redes sociais é promover um negócio, seja ele grande ou pequeno. Com a internet, hoje em dia, é muito mais fácil ampliar a nossa visibilidade profissional e estes tipos de redes sociais são perfeitas para isso. Um excelente exemplo deste tipo de rede social é o *LinkedIn*, onde os utilizadores conseguem colocar tudo aquilo que os define e caracteriza enquanto profissionais: como, por exemplo, o seu percurso profissional e académico, onde já trabalharam e onde estão a trabalhar no momento, os seus portfólios e muito mais. Além disto, também é possível os utilizadores da mesma área profissional se relacionarem de diversas maneiras. Dá, ainda, para ver ofertas de emprego, fazer networking, saber do que se passa na sua área profissional, entre outros.

A quarta rede social é a rede social de nicho, também conhecida como como uma rede social segmentada, normalmente virada mais para públicos específicos. Um ótimo exemplo desta rede social é o *TripAdvisor*. Nesta rede social os utilizadores conseguem ver conselhos de viagens e deixar avaliações nos mais diversos

serviços ao mesmo tempo, havendo uma permuta de informações com outras pessoas. Este tipo de rede social é mais vantajoso para empresas pois consegue uma comunicação mais direta com o cliente e com potenciais clientes e saber as suas opiniões.

É muito importante sabermos em que categoria se integra cada rede social, pois só dessa maneira conseguimos cumprir as regras de cada e obter sucesso em todas elas.

1. Interpretação histórica do termo Rede Social

A vida que as aves levam quando estão em bando, os elefantes a conviverem, estes e muitos outros animais, todos os dias, se veem preocupados com a sua proteção e a sua alimentação, as pessoas em grupos nas grandes cidades metropolitanas, são demonstrações globais que indicam sugestões do natural movimento dos seres vivos para se conectarem de forma organizada em superfícies na natureza, no urbanismo e, ainda, no mundo digital (Castells, 2009).

Essa maneira de organização em volta de um problema, de um tema e de um mecanismo partilhado fez com que se criasse uma maneira para se sobreviver em grupo e a inevitabilidade de se criar uma organização social entre seres que vivam em conjunto, sejam animais racionais ou animais irracionais, com a finalidade de se relacionarem. E é desta maneira que as redes e as associações em grupos sociais existem na história da humanidade desde a era das cavernas, desempenhando as ligações entre os humanos à procura de respostas para as dificuldades grupais e para a coabitação nos distintos espaços sociais entre seres humanos que demonstram iguais ideologias em determinados assuntos (*Ibidem*).

A primeira vez que o uso da palavra “rede” foi registado foi no século XII, na língua francesa. *Réseau*, foi o termo francês que teve origem no latim *retiolus*, que significava, naquele tempo, rede como um utensílio de pesca, caça ou então uma rede que cobria todo o corpo humano utilizado em lutas. Mas esta palavra era muito mais do que um significado, era uma palavra que no francês medieval ditava uma ordem, isto porque indicava ao tecedor a forma como os fios das redes e as suas ligações eram desenvolvidos nas roupas e nos utensílios utilizados para caçar (Castells, 2009).

A definição de rede servia unicamente para denominar os tecedores até meio do século XVII, a partir daí começou a ser usado por médicos para caracterizar e ilustrar a anatomia do corpo humano assim como a retratação do aparelho sanguíneo e/ou das fibras das quais o corpo humano é composto. No final do século XVII, a biologia foi outra ciência que se apropriou do conceito de rede. A definição de rede já não era reduzida apenas à matéria em si, no início do século XIX, e passou a ter a possibilidade

de ter uma construção como objeto que estava a ser pensado pelos engenheiros na relação com o espaço. Estes primeiros conceitos foram muito importantes para deixar a adaptação do conceito de rede como uma forma de introdução e estudo na sociedade (*Ibidem*).

Segundo o autor Wellman (1988), ao analisar as redes sociais podemos também interpretar como um subtipo da geral estrutura da sociologia estrutural.

Para Franco (2012), início das redes sociais, por vezes, pode-se confundir com a origem da sociedade humana:

“O que se convencionou chamar de redes sociais hoje em dia são apenas ferramentas, que podem ajudar ou não na formação delas”.

Para Santos (2004), existe um enorme número de definições para “rede”, mas todas elas convergem no sentido de ligação, laço e interação.

Fisher (1997), diz que o conceito de rede vem do entrelaçar de fluxos relacionais que constituem uma malha:

“a ideia de malha remete a um pensamento de união, pois somente com o entrelaçamento dos fios haverá a formação do tecido.”

Uma pessoa já nasce inserido num contexto social que é a família e no decorrer da sua vida vai-se inserindo e, por sua vez, integrando-se em outras relações sociais, como, por exemplo, relações de amizade, de trabalho, de estudo, etc. Cada uma dessas relações sociais pode ser interpretada como uma rede. Para percebermos melhor, dentro dessas redes, cada indivíduo pode ser visto como uma estrela, a partir da qual, linhas se irradiam para diferentes pontos, que, por sua vez, se conectam com outros pontos, formando a sua rede de contactos (Lago Júnior, 2005).

A imaterialização do conceito de rede alargou o significado da palavra, que passou a retratar um sistema ou pontos conectados numa área de interação de logística e administração dobre o tempo e o espaço, dando permissão às demais diversas áreas de entendimento humano para que utilizassem a definição de rede para atribuir

fronteiras imaginárias para a organização de vazamentos da logística do transporte, de comunicar e de repartição de meios no geral. O encadeamento entre essas redes todas só é exequível pela comunicação, que é uma capacidade social, essencial para as mentes funcionarem. Ainda no século XIX, a definição de rede é analisada através da estrutura social e do entender dinamizado do relacionamento entre os seres humanos (Castells, 1999).

O século XX destaca-se por essa abrangência da definição de rede e alarga-se mais ainda ao dar destaque às interações sociais ascendidas pelo computador com conexão à internet, às redes sociais, isto é, uma rede que tem conexões com outras determinadas redes. Esse quotidiano digital começou, em 1965, com a Arpanet, que mais tarde evoluiu para a Web 1.0 (web 1.0 é uma fase muito inicial da conhecida, hoje em dia, world wide web (www), concentrada apenas à volta de uma entrada e de uma abordagem para a utilização da web e da sua interface como utilizador (*Ibidem*)).

Na sociedade os utilizadores só podiam ver as páginas web, não podiam contribuir de maneira nenhuma para o conteúdo das páginas. Nesta altura não existiam muitos criadores de conteúdo, a maioria das pessoas que utilizavam a internet eram apenas como consumidores normais da internet, até porque era necessário conhecimentos em html para produzir conteúdo, por exemplo criar sites) e, mais tarde, para plataformas originais da web 2.0 (foi em 2004 que um grupo de pesquisadores criaram a palavra web 2.0 para denominar a que seria a segunda geração de serviços e comunidades, esta plataforma tem a ver com wikis, aplicações com base na folksonomia, tecnologia de informação e redes sociais. Esta nova plataforma pode até parecer que foi atualizada para uma nova versão da web, mas na realidade a web 2.0 mudou apenas a maneira como é encarada pelos utilizadores e criadores, e não as suas especificidades técnicas, desta maneira consegue-se perceber que tecnicamente era a mesma plataforma, o seu uso é que mudou.) Ou seja, passou-se de uma web 1.0 que apenas servia para dar informações sem quaisquer tipos de interações, para uma web 2.0 onde já se interagia e se colaborava (*Ibidem*)).

Com a chegada da web 2.0 foram inauguradas bastantes e diferentes redes que colaboravam entre si, como por exemplo, *Wiki, Blog, Second Life, Podcast, Youtube,*

Rede Social, dentro de mais de 300 oportunidades e possibilidades de comunicação on-line que poderia ser feita individualmente ou em grupos (a partir deste momento, o termo on-line passa a ser usado quando nos referimos à ligação digital *www* (*world wide web*)). Estas e outras redes desenvolvidas no espaço digital apenas foram possíveis devido à junção de 3 independentes processos: o avanço na tecnologia, a expressão da diversidade e a comunicação. Experimentou-se a fase da transição da *web 2.0* para a *3.0*, foram consideradas um grupamento de tecnologias com a orientação de mostrar maneiras mais eficazes na ajuda aos computadores para analisar e organizar toda a informação que está disponível na *web*. Esses utensílios conseguem analisar muita mais informação em muito menos tempo e conseguir respostas em simultâneo e, quem sabe, até mesmo mais precisos (Castells, 2003).

Enquanto isso, no século XXI, experiencia-se o Boom das comunicações sociais através de um computador, telemóvel e do tablet, todos estes aparelhos conectados à internet. Para muita gente, já não é possível viver sem estarem conectados à internet, e com todo este tempo gasto na navegação no espaço digital é resultado de um excesso elevado de interação digital. O espaço digital tem como fundo a interatividade assíncrona e síncrona, onde os utilizadores que a fazem realizam um papel de protagonista nos e dos relacionamentos sociais que são estabelecidas na rede (*Ibidem*).

A criação de laços e a oportunidade de estabelecer relações sociais aumenta quando os utilizadores participam de interações online. O alargamento da superfície virtual proporcionou a criação das redes sociais como um sítio de permanência para a interatividade da comunicação e para a troca de informação entre utilizadores de uma parte qualquer do planeta, aquelas pessoas que, no mundo real, não tinham como se comunicar, através do mundo digital conseguem-se comunicar das mais variadas formas possíveis. A formação pluriespacial e multicultural de diversos indivíduos que estão diariamente a participar nas redes sociais on-line mostram como as fronteiras geográficas, temporais e sociais, foram quebradas devido ao ciberespaço (*Ibidem*).

1.1. Conceito de Rede Social online

Considera-se, como Rede Social Online, o local digital sistematizado por um mecanismo de uma interface digital própria que dispõe perfis humanos agregados que partilham gostos, ideais, pensamentos e formas de expressão e/ou que têm tema em comum (Lèvy, 2011).

Assim, uma rede social é:

“uma das formas de representação dos relacionamentos afetivos, interações profissionais dos seres humanos entre si ou entre os seus agrupamentos de interesse mútuos” (ibidem).

Posto isto, a rede social online é um local do ciberespaço onde há representações de relacionamentos profissionais e/ou afetivos entre utilizadores que fazem grupos desde os seus interesses e fornecem informações através de trocas do discurso realizadas no espaço virtual. Para que um utilizador possa estar numa rede social online tem de ter uma estabilidade interativa com uma ou mais pessoas, mais normal em grupo, partilhando os seus interesses e afinidades (*Ibidem*).

Rede social pode, também, referir-se a um aglomerado de indivíduos, sejam eles organizações ou entidades, ligadas por entrosamentos sociais, que têm como motivação trocas de informações, amizades e relações de trabalho – um retrato formal de atores e as suas relações. O fenómeno da conexão é que estabelece a dinâmica das redes sociais e apenas existe na medida em que se estabelecem as conectividades (Marteleto, 2001).

Posto isto, o aparecimento das redes sociais está nos relacionamentos informais entre atores, que conseguem organizar atividades propositivas na esfera política. Estas ações, no que lhe dizem respeito, baseiam-se na função da circunscrita dinâmica do próprio movimento da rede (*Ibidem*).

Nohria e Eccles (1998) afirmam que:

“(...) o uso mais geral para o termo “rede” é para uma estrutura de laços entre atores de um sistema social. Esses atores podem ser papéis, indivíduos, organizações,

setores ou estados-nação. Os seus laços podem basear-se na conversação, afeto, amizade, parentesco, autoridade, trocas económicas, troca de informação ou quaisquer noutras coisas que constituem a base de uma relação”.

Existem muitos e variados motivos que levam os utilizadores a entrarem numa rede social. Uma delas é o fácil uso, para estabelecer contacto e entrar numa rede social basta um computador, um telemóvel ou um tablet e uma ligação à internet a cabo, ou wireless (sem fios), onde se pode utilizar em vários sítios: no trabalho, em casa, na rua, nos transportes públicos, em todo o lado. A rede social está num mundo virtual com ligações às quais podemos reparar no desenvolvimento, na evolução e na contínua comutação dos conflitos psicossociais dos seus participantes, conflitos esses que não são apenas de ordem tecnológica, mas, principalmente, de ordem humana (*Ibidem*).

Existe uma ativa participação de utilizadores nas redes sociais através de trocas de vários links e de conversas o que mostra atitudes indicativas para um vínculo: a linkagem e as ligações entre pessoas e assuntos. Através dos links é exequível perceber as conexões estabelecidas pelo responsável do registo e, assim, saber as ligações, partilha de ideias, temas e noções próprias dos grupos (Landow, 2001).

Apesar de a tecnologia ter dado perceptibilidade à organização social em rede, é preciso recordar que as redes sociais não são acontecimentos recentes e não apareceram com a internet, as redes sociais sempre existiram na sociedade: redes de amigos, redes de famílias, tribos, bandas e muitas outras organizações, estimuladas pela procura do indivíduo por pertencer a um grupo, pela inevitabilidade de partilhar informações, conhecimentos e gostos com outras pessoas (*Ibidem*).

Todavia, para Recuero (2009), o que existe de mais significativo nas redes sociais on-line, hoje em dia, é que as redes sociais:

“permitem a sua emergência como uma forma dominante de organização social onde há uma ligação muito mais do que apenas máquinas e aparelhos digitais, as redes sociais conectam as pessoas, resgatam o contacto com pessoas à distância com

“pessoas que não se encontram há algum tempo, dentro de outras alternativas e possibilidades, como uma nova forma de fazer novos amigos”.

Quanto mais o ciberespaço aumenta, mais se torna “universal”, possibilitando uma comunicação de todos para todos e possibilitando também a formação de grupos por interesses onde a comunicação é efetuada exclusivamente entre os membros do grupo. Essas transações comunicacionais facilitam aos participantes o desenvolver de uma inteligência grupal, do qual permite o amadurecimento de opiniões e criam ligações de compreensão mútua e tolerância. Além de que, as trocas permitem aos utilizadores criar um sentido de moral social, que inclui a compreensão das regras e dos princípios que seguem as ligações “sociais estabelecidas na esfera da cultura digital” (*Ibidem*).

As relações estabelecidas nas redes sociais são, de uma forma, positivas no que diz respeito ao impacto da comunicação através da internet sobre a convivência de uma maneira física e a sociabilidade dos seus utilizadores, caiu por terra os receios de que as redes sociais tornariam a vida social dos utilizadores pobre. Nas redes sociais podemos encontrar os nossos amigos, conhecidos, família, vizinhos, etc., isso significa que há a possibilidade de termos conexões com pessoas desconhecidas através da internet, isso quer dizer que há um aumento da possibilidade de vínculos sociais através das redes sociais (Lèvy, 2011).

Em relação à configuração das redes sociais, podemos entender como uma junção de nós que são conectados entre si, constituídos por estruturas flexíveis, não lineares, dinâmicas, formadas por organizações informais e formais. Estes nós, aqui falados, simbolizam pessoas ou grupos de pessoas que são responsáveis por alimentar as redes sociais em forma de transação e partilha de informação. Posto isto, quantas mais ligações um nó consegue promover, mais forte ele se torna (*Ibidem*).

A contínua troca de discursos entre os utilizadores das redes sociais pode contribuir para o incremento das competências sociais, da comunicação e da interação em rede, possibilita o desenvolver do pensamento crítico, a criação de diversos

conhecimentos, a troca constante de informação e a salvaguarda da autoexpressão das pessoas que fazem um papel de protagonistas nas redes (Laham, 2006).

1.2. Funcionalidade das redes sociais

De acordo com o que já foi apresentado, as redes sociais são locais virtuais estruturados através de uma interface digital que faz com que seja possível a incorporação de um perfil (um perfil é um repertório com dados pessoais, fotografias, gostos e contactos que são concedidos na interface virtual de forma privada ou disponível para o público virtual, dependendo do utilizador) de um utilizador a outros perfis de amigos virtuais (amigos virtuais diz respeito a um contacto com perfis virtuais, as pessoas conhecem-se através do espaço virtual e estabelecem vínculos de trocas e afetos), partilhando com esses utilizadores, que pertencem a um grupo semelhante e/ou comum, pensamentos e outras formas de se expressarem em relação a um certo assunto (Castells, 2009).

A ligação entre esses utilizadores ou perfis, cria-se pela junção da geração de avatares em determinadas redes sociais, relacionados automaticamente à volta de gostos, curiosidades e desejos comuns. É significativo reforçar que, nas redes sociais, para Castells (2009):

“as trocas discursivas são amplamente reverberadas, na medida em que a rede social é um espaço privado, isto é, apenas os amigos podem ler o post, e, ao mesmo tempo, é um espaço público no momento em que a mensagem respondida por um utilizador na sua rede passa a estar disponível para os utilizadores que o acompanham”.

As redes sociais possibilitam a execução de determinadas ações, como receber, enviar, criar e responder mensagens e ainda oferecem aplicações usadas para partilhar, seguir, recomendar ou comentar os posts. Todas estas funcionalidades estão atribuídas à comunicação de todos aqueles que usam as redes sociais para se conectarem com outros utilizadores através de um interesse em comum. Existe uma grande diferença na utilização das redes sociais e essa diferença está nos meios que cada utilizador disponibiliza o compartilhamento de links externos à rede de maneira a fazer emergir discussões que circulam noutros espaços virtuais (Castells, 2009).

Segundo Marteleto (2001), nas redes sociais, há o enaltecimento dos elos informais e dos relacionamentos em oposição à estrutura hierárquica.

Para Franco (2012):

“(...) entender a sociedade em rede é entender as redes, e entender as redes é entender a fenomenologia da interação. (...) Elas acontecem independentemente das nossas intenções de disciplinar o fluxo, guardá-lo ou congelá-lo”.

Para Guedes (2010):

“Gerir conhecimentos sempre foi importante, as redes formais e informais devem ser estimuladas, pois a inovação surge combinada ao processo de coeração do conhecimento, que enfatiza a gestão de experiências”.

1.3. Atores nas redes sociais

“A rede social, derivando deste conceito, passa a representar um conjunto de participantes autónomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (Martelo, 2001).

Cross e Prusak (2002) distinguem quatro papéis desenvolvidos por atores nas redes: o Especialista Periférico, o Corretor de Informação, o Expansor de Fronteiras e o Conector Central.

Conector Central: São os atores de um determinado grupo que conectam a maioria das pessoas umas com as outras. Por norma, não são os líderes dos departamentos e unidades formais do grupo, mas sabem com quem falar para obter informação e recursos para conseguirem fazer o ‘trabalho’ e são os que ajudam a maioria dos restantes atores do grupo. Por um lado, a maioria dos atores que desempenha o papel de conector central age de uma forma bastante positiva, incentivando a produtividade e servindo como um estimulante junto dos demais atores do grupo. Por outro lado, alguns conectores centrais podem agir inconscientemente ou conscientemente como empecilhos, prejudicando o desempenho do grupo na rede (Cross & Prusak, 2002).

Expansor de Fronteiras: Estes atores são como uma espécie de embaixadores, ligam-se a atores de outros grupos. Este é um papel fundamental quando há a necessidade do compartilhamento de habilidades e quando se necessita de estabelecer alianças (*Ibidem*).

Corretor de Informação: São atores que ligam subgrupos da rede, impedindo que o fluxo de informação seja parado por causa da fragmentação da rede. Os atores que desempenham este papel, são tão importantes como os conectores centrais, pois têm o mesmo poder sem terem a quantidade de ligações diretas que caracteriza o corretor de informação. Tendo em conta que o corretor de informação é distinguido pela quantidade enorme de conexões indiretas (Cross & Prusak, 2002).

Especialista Periférico: Estes são atores com quem outros atores vão ter quando precisam de algum tipo de ajuda especializada, de habilidades específicas, de informação ou de algum tipo de conhecimento técnico. Há bastantes atores que ocupam posições periféricas, para as quais é preciso uma maior veemência de conexões, como por exemplo, por serem novos no grupo. Contudo, o especialista periférico coloca-se na periferia de uma forma intencional, por mérito das características das atribuições que desempenha, como, por exemplo, profissionais que fazem bastantes reuniões com clientes ou mesmo concessões de pesquisa num ambiente mais restrito de trabalho, ou até mesmo por questões da sua vida pessoal (*Ibidem*).

1.4. Principais conceitos e critérios

Ator é o primeiro conceito, que é visto como a unidade básica de análise e pode ser uma organização, um indivíduo, uma região ou país ou até mesmo um grupo social (Wasserman & Faust, 1994).

O segundo conceito é o de Ligação ou Laço Relacional que é o que liga um ator a outra constituindo uma relação. Essa ligação pode ser uma ligação física, troca de recursos materiais, imateriais ou potenciais, interações comportamentais, avaliação de um indivíduo por outro, entre outros (*Ibidem*).

No decorrer deste conceito, aparece a grande importância dos conteúdos transacionados, materiais ou imateriais transformados entre os diversos atores que fazem parte da relação nas redes de amizade, confiança, informação ou conhecimento e que se constitui em utensílios de interesse e avaliação em pesquisas de acordo com estudos feitos na atualidade (Macambira, 2009).

A Díade é uma ligação entre dois atores e é um nível mais básico em termos de relacionamento no que diz respeito a dois indivíduos. É caracterizado pela conexão entre dois atores e deve existir, pelo menos, um laço relacional entre os dois. Determinados estudos e pesquisas utilizam a análise das díades por ser ela a unidade relacional mais básica de análise (Wellman, 1988).

Depois da díade temos a Tríade, que é uma relação, como o nome indica, entre um grupo de três atores, mas para ser considerada assim, tem de existir uma reciprocidade perfeita entre eles, o que quer dizer que os três participantes devem-se relacionar com todos, o que promove o equilíbrio da ligação. Sublinha-se, neste ponto de vista, que modelos importantes de redes sociais estão baseados em tríades (Wasserman & Faust, 1994).

O conceito de Grupo consiste numa agregação finita de atores com todas as ligações e relacionamentos possíveis. Assim como, o conceito de Subgrupo que deriva do conceito Grupo e que é considerado como um subconjunto, parte ou um contorno feito no Grupo, onde podem ser analisadas particularidades ou feitas análises específicas da rede, à escolha do utilizador (*Ibidem*).

Por fim, o conceito de Rede que é o Grupo em si, ou seja, é formado por um número infinito de atores e por todas as ligações, conexões ou relações possíveis (Wasserman & Faust, 1994).

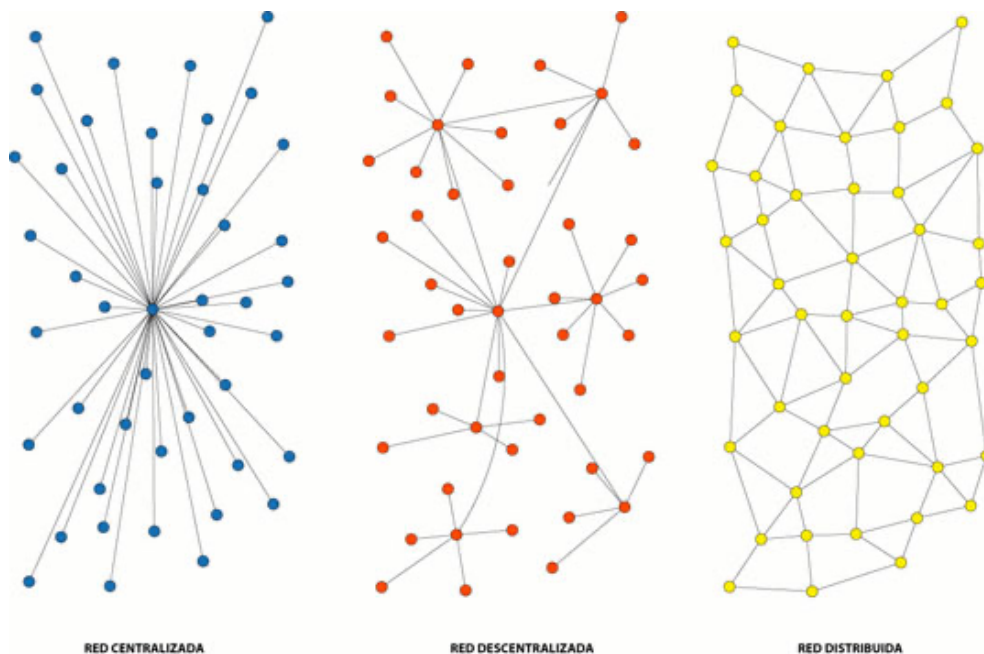
A Rede Social Formal é considerada como várias ligações ou laços prescritos entre posições formais ou com um padrão diferentes das estruturas informais, que não são explícitas ou prescritas pelas organizações e é intensa a ideia de fluxo e comutação entre atores, tendo assim benefícios recíprocos e mútuos (Azevedo, 2011).

Já Redes Sociais Informais é descrita por Kuipers (1999) que identifica três tipos de redes sociais informais:

*“Rede de Amizade: Rede informal baseada na troca de amizade e socialização;
Rede de Confiança: Rede informal na qual um ator se permite correr riscos, abrindo mão do controlo dos resultados, e tornando-se dependente de outro ator, sem a força ou coação da relação contratual, estrutural, legal ou de terceira pessoa (revela com quem eram trocadas confidências, em que laços de confiança são mais concentrados na pessoa do que na posição formal que ocupa); Rede de Informação: Rede informal na qual a informação é conduzida sobre o que está a acontecer na organização, e que afeta todos os seus membros (revela o fluxo de informações entre os atores).”*

1.5. Tipos de rede por Paul Baran

Figura 1- Tipos de redes segundo Paul Baran



Fonte: Paul Baran, 1960

Nesta figura podemos ver como é a rede centralizada, descentralizada e distribuída.

Este esquema demonstra implicitamente como a conectividade do sistema é, temos por base uma linha orientada que trabalha como um parâmetro de controlo. O que consiste nas conexões que vão sendo feitas e por consequência a redundância do sistema aumenta (Baran, 1960).

“Embora possamos traçar uma grande variedade de redes, todas elas se classificam em dois tipos: centralizadas (ou estrelas) e distribuídas (rede ou malha)” (*Ibidem*).

2. Experiência de estágio

O que faz um gestor de redes sociais?

Gestão de redes sociais consiste, basicamente, em fazer a mediação entre a empresa e o seu público.

Se por um lado, um bom gestor de redes sociais tem de ter habilidades analíticas e uma ótima organização, por outro lado, tem de ter a capacidade de construir relações, ser empático, criativo e ter a capacidade de se adaptar a situações inesperadas.

Algumas tarefas que um gestor de redes sociais tem de fazer:

Definir a melhor rede social para cada negócio - atualmente a quantidade de redes sociais que existe é de loucos e por isso mesmo temos de saber qual a melhor para cada negócio porque nem todas elas se adequam a qualquer negócio. Para isso é necessário saber o estilo de comunicação, o público-alvo, entre outros.

Planear e produzir o conteúdo - de que vivem as redes sociais? Do conteúdo que se partilha nas mesmas. Sem o conteúdo partilhado, as pessoas não têm razões para seguir seja quem for nas redes sociais. O gestor das redes sociais de uma determinada marca tem, por isso, de criar conteúdo de qualidade, interessante e relevante para o público-alvo da mesma, criando ideias criativas e originais para chamar a atenção.

Promover a interação com os seguidores – como já foi dito, as redes sociais são plataformas que existem para fomentar e permitir a comunicação entre pessoas, e entre pessoas e marcas. Sendo assim, é importante criar ligações com quem está do outro lado. A pessoa responsável pela gestão das redes sociais tem também a função de promover a interação, dando início a diálogos genuínos com os seguidores ou outras formas originais de comunicação e interação entre a página e os seguidores.

Seguir as estatísticas de perto - é normal as pessoas associarem um gestor de redes sociais a uma pessoa que faz um post por dia ou de vez em quando nas páginas e que o trabalho está feito. No entanto, o trabalho de um responsável pelas redes sociais é muito mais do que isso. Para que se consiga continuar a entregar um valor ao público que segue a página, assegurando os bons resultados, é fundamental acompanhar de

perto e regularmente as estatísticas de cada publicação e o seu desempenho geral das estratégias de comunicação.

As redes sociais do Museu Municipal Amadeo de Souza-Cardoso (MMASC) são geridas de forma a comunicar de maneira positiva e autêntica com o público e a criar um espírito de comunidade, fidelizar o público e angariar novos visitantes e clientes para a loja/produtos.

É feita uma partilha de conteúdos interessantes, que vão de acordo com as preferências e interesses do público, de forma a criar empatia e a sua interação.

A criação de conteúdo relevante e interessante de forma a informar, mas, ao mesmo tempo, levar o público a partilhar e a chegar a novos utilizadores.

Ajudar, responder, esclarecer e interagir com o público de forma empática e rápida.

Visto que a consistência é fundamental, é feita, pelo menos uma vez por dia, uma publicação no *facebook* e no *instagram*. Foi criado um calendário com os acontecimentos mais relevantes de Amarante, as datas de nascimento e falecimento dos artistas com obras no MMASC, entre outras efemérides, mas não nos cingimos apenas a estas datas.

No entanto, apesar de existir um calendário, não descuramos o dia-a-dia e estamos atentos aos acontecimentos quotidianos para partilhar. Devemos ser capazes de nos adaptarmos ao inesperado.

São analisados os resultados para saber se a estratégia que estamos a adotar está a correr como o planeado, o que está a correr bem e menos bem e definir os próximos objetivos.

Tentámos arriscar e experimentar novas ideias e publicações online.

Gerir as redes sociais no Museu Municipal Amadeo de Souza-Cardoso foi um desafio diário ao qual me propuseram e eu aceitei aproveitando cada minuto e cada função para tentar aprender um pouco mais sobre este mundo.

Por isso, deixo aqui algumas dicas que, a meu ver, foram primordiais para ser uma boa gestora das redes sociais do museu: escolher as redes sociais onde o meu público-alvo está inserido, criar uma identidade visual própria, oferecer conteúdo de valor, ser consistente e, por fim, utilizar um calendário editorial.

3. Metodologia

Para a concretização deste estudo foi realizado um estudo de caso de forma a concretizar os objetivos propostos e materializar toda a revisão literária que apresentamos nos capítulos anteriores. Apresentamos então os processos metodológicos utilizados, tendo por base o livro “Metodologia da Investigação. Guia para a Auto-Aprendizagem”, de Hermano Carmo e Manuela Malheiro Ferreira.

O objetivo principal do trabalho é auferir a importância das redes sociais para os municípios. Optámos pela realização de uma metodologia quantitativa. E o instrumento de avaliação escolhido foi o inquérito por questionário. Foram formuladas perguntas de identificação que se “destinam a identificar o inquirido” e perguntas de informação para “recolher dados sobre factos e opiniões do inquirido” (Carmo & Ferreira, 2008, p. 154).

Foram ainda elaboradas as seguintes perguntas de investigação que se tornaram essenciais para a conclusão do questionário:

Pergunta 1- A população tem o hábito de ver as publicações nas redes sociais do município?

Pergunta 2- Quais são os conteúdos mais apreciados?

Pergunta 3- A população costuma partilhar as publicações?

Pergunta 4- A população valoriza o tipo de informação que publicam, bem como a frequência com que o fazem?

O questionário foi realizado através da plataforma *Microsoft Forms* e é constituída por 21 perguntas, 17 são perguntas de escolha múltipla, as restantes de desenvolvimento. Partindo do proposto pelos mesmo autores, as perguntas são de fácil resposta, compreensíveis e fechadas, abrangem os pontos que queremos questionar e são pertinentes para a realização do estudo. A elaboração das questões foi baseada nas perguntas anteriormente enunciadas. Para responder às questões de investigação foram elaboradas as seguintes hipóteses:

Hipótese 1: a maioria das pessoas tem redes sociais.

Hipótese 2: A generalidade das pessoas costuma acompanhar as notícias pelas redes sociais.

Hipóteses 3: As pessoas acompanham as notícias do seu município pelas redes sociais.

Hipóteses 4: As redes sociais não são consideradas importantes para a divulgação de um município.

Hipótese 5: As redes sociais são o principal veículo de informação sobre o município onde a população está inserida.

Hipótese 6: A generalidade das pessoas não distingue redes sociais profissionais de redes sociais de entretenimento.

Hipótese 7: A maioria das pessoas utiliza mais do que uma rede social.

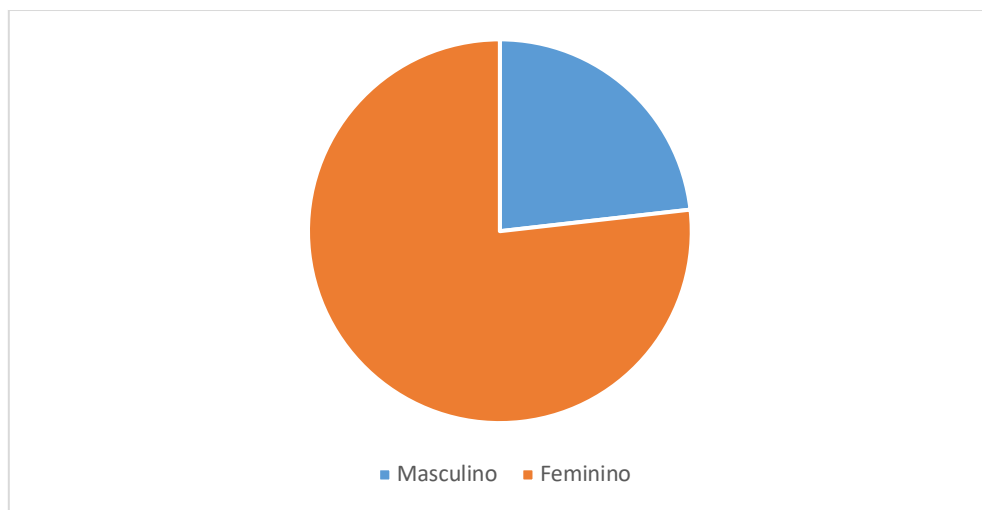
Hipótese 8: As pessoas partilham as publicações que o seu município publica nas redes sociais.

Hipótese 9: Os inquiridos concordam com a frequência com que o seu município publica nas redes sociais.

4. Análise de resultados

Tal como já referimos, o inquérito propõe-se a medir a importância das redes sociais para os municípios. É composto por 21 perguntas e foram obtidas 181 respostas. Desta amostra, 139 pertencem ao sexo feminino e 42 ao sexo masculino.

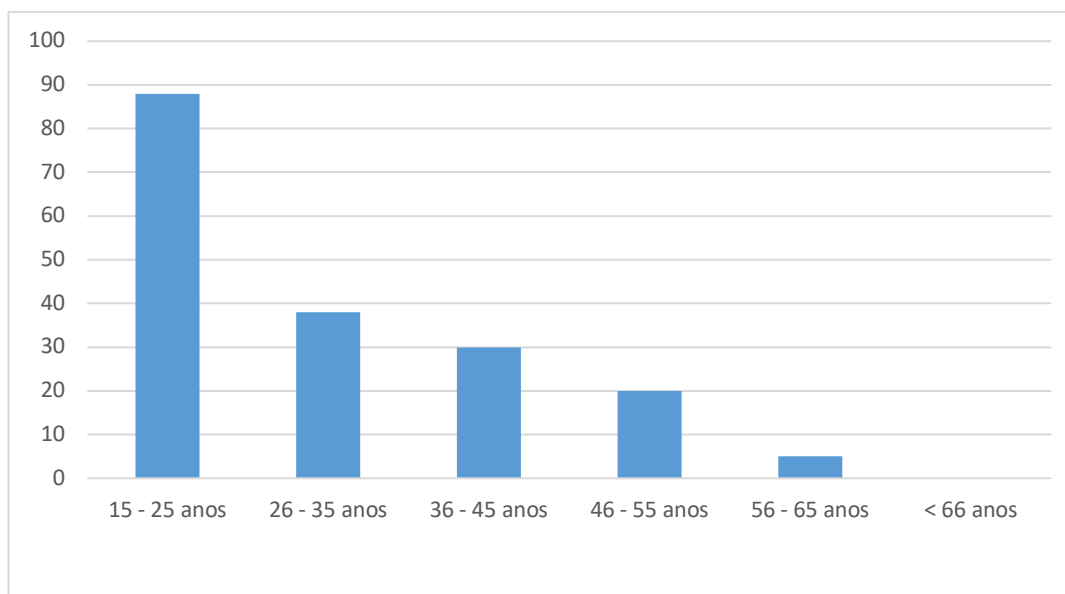
Gráfico 1 - sexo



Fonte: Elaboração própria

De forma a conhecermos melhor o inquirido, procedemos à categorização dos mesmos por idades. A grande maioria, com 89 respostas, pertence à faixa etária dos 15 aos 25 anos, o segundo grupo com mais respostas centra-se nos 26 aos 35 anos, com 38 inquiridos. Dos 36 aos 45 anos obtivemos 30 respostas e 20 na faixa dos 46 aos 55 anos. Com menos expressão obtivemos cinco respostas de pessoas entre os 56 e os 65 anos. Não foram registadas nenhuma respostas com pessoas com mais de 65 anos.

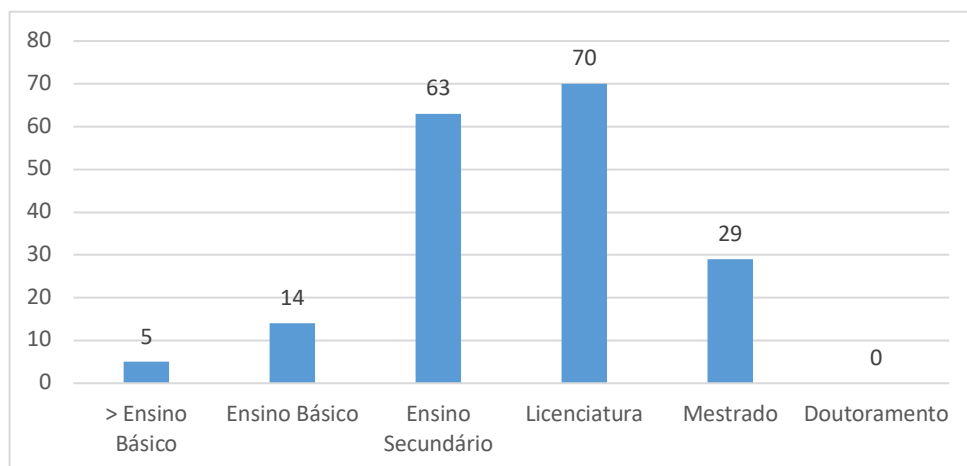
Gráfico 10 - Idade



Fonte: elaboração própria

Ainda no sentido de identificarmos os inquiridos, procedemos também à tipificação por habilitações académicas. O grupo maior de respostas corresponde a licenciados (70), logo seguido das pessoas com o ensino secundário (63). Desta amostra, cerca de 29 indivíduos possuem mestrado, 14 o ensino básico e apenas 5 têm uma escolaridade inferior. Nenhum dos inquiridos tem doutoramento. É ainda de salientar que a maioria, 133 pessoas, possuem uma habilitação no ensino superior.

Gráfico 19 - Habilitações académicas

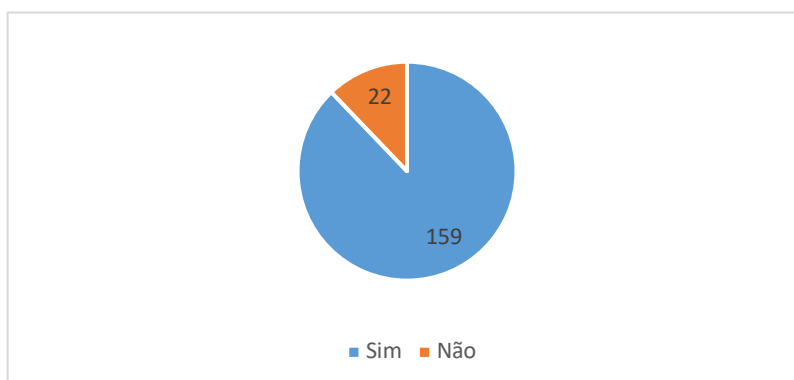


Fonte: Elaboração própria

4.1. Generalização da internet e das redes sociais

Começando a olhar para as perguntas de informação presentes no questionário, constatamos que a grande maioria das pessoas têm internet em todo o lado. Cerca de 22 pessoas responderam que têm dificuldade em aceder à internet em qualquer sítio, sendo que deste grupo a maioria tem até 35 anos (16). Ainda deste grupo só uma pessoa disse não ter internet em casa.

Gráfico 28 - Tem internet em todo o lado?



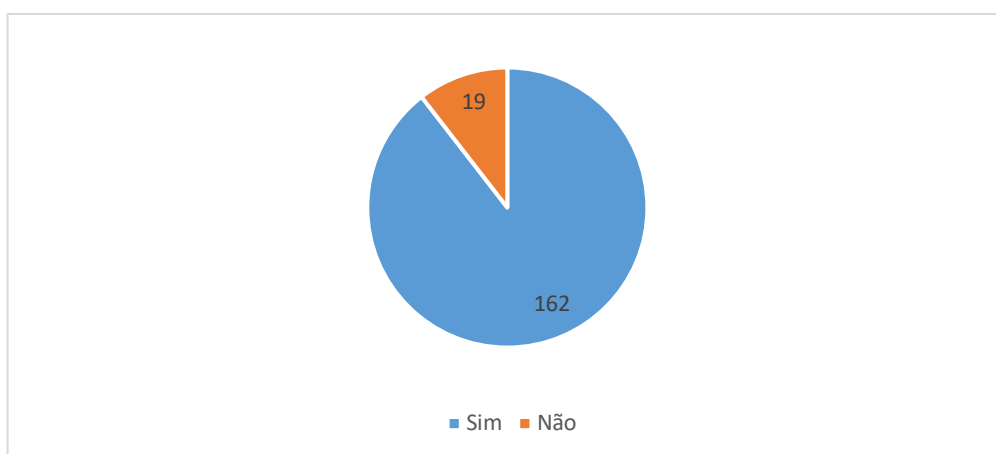
Fonte: elaboração própria

Todos os inquiridos (181) têm redes sociais, ficando bem vincado a proliferação das redes sociais.

4.2. As redes sociais como fonte de informação

O principal dado que podemos retirar deste subcapítulo é que as pessoas consideram as redes sociais como uma fonte de informação, visto que a grande maioria dos inquiridos (162) respondeu que costuma acompanhar as notícias pelas redes sociais. Apenas 19 indivíduos não as utilizam para esse fim.

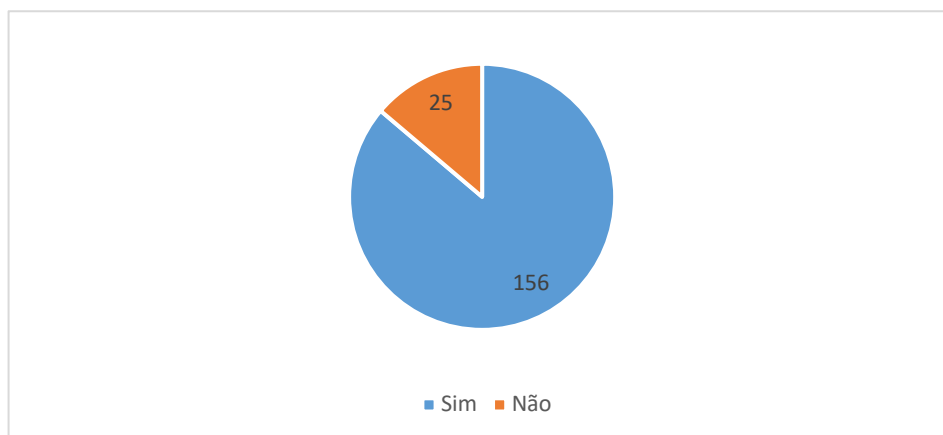
Gráfico 37 - Costuma acompanhar as notícias pelas redes sociais?



Fonte: elaboração própria

Também é de salientar que a grande maioria utiliza as redes sociais para acompanhar as notícias do seu município (156). No entanto, percebemos através destes números que as pessoas utilizam mais as redes para se informarem de notícias sobre temas gerais do que sobre o seu município em particular. De registar ainda que 25 inquiridos não acompanham as notícias dos seus municípios pelas redes sociais.

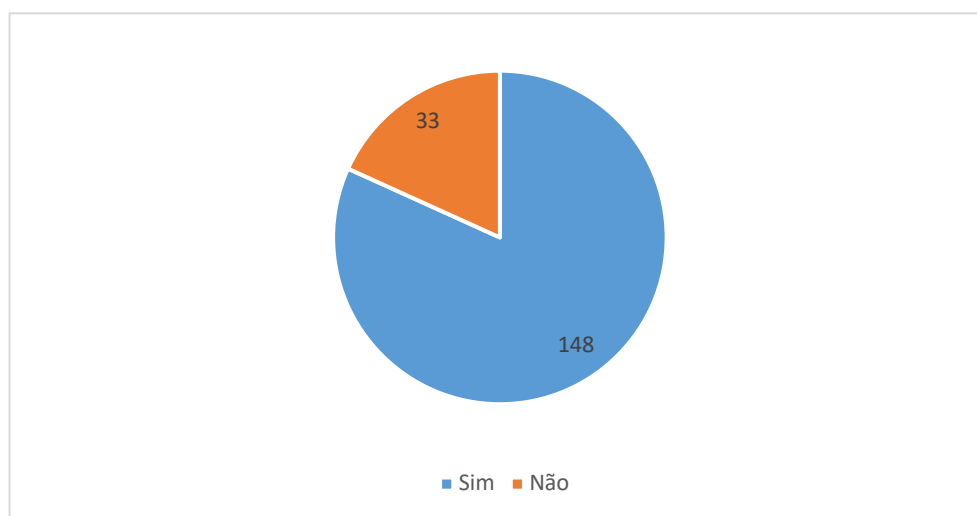
Gráfico 46 - Acompanha as notícias do seu município pelas redes sociais?



Fonte: elaboração própria

Dos 181 indivíduos inquiridos, a maioria segue as redes sociais do seu município (148). Apenas 33 responderam que não seguem as respectivas páginas das autarquias.

Gráfico 55 - Segue as redes sociais do seu município?



Fonte: elaboração própria

A grande generalidade das pessoas que responderam ao inquérito consideram que as redes sociais são fundamentais para a divulgação de informação dos municípios. Sendo que um número muito residual, apenas 8, dizem que as redes não se constituem como um meio de comunicação para os municípios.

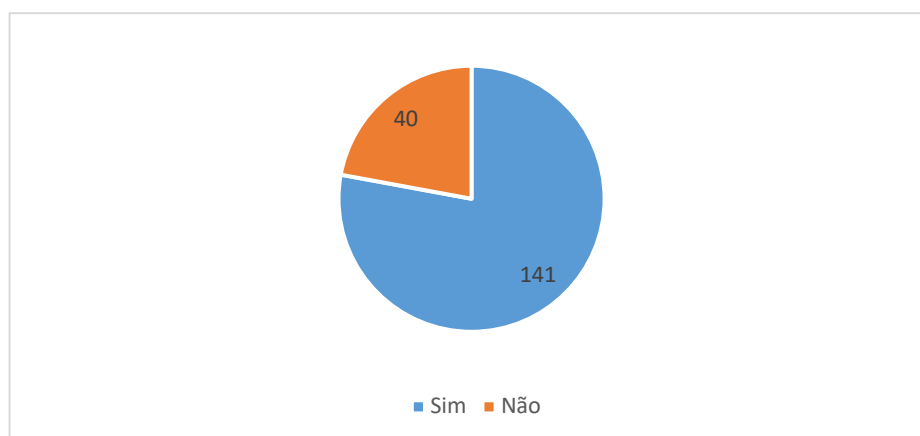
Gráfico 64 - As redes sociais são fundamentais para a divulgação do



Fonte: elaboração própria

Mais: a maioria das pessoas disse, ainda, que é através das redes sociais que se conseguem manter informadas acerca do seu município (141). Apenas 40 conseguem aceder a outras formas de informação sobre o que acontece nas suas cidades. É de sublinhar que a maioria das pessoas não estariam informadas sobre os assuntos municipais se não fosse a existência das redes sociais.

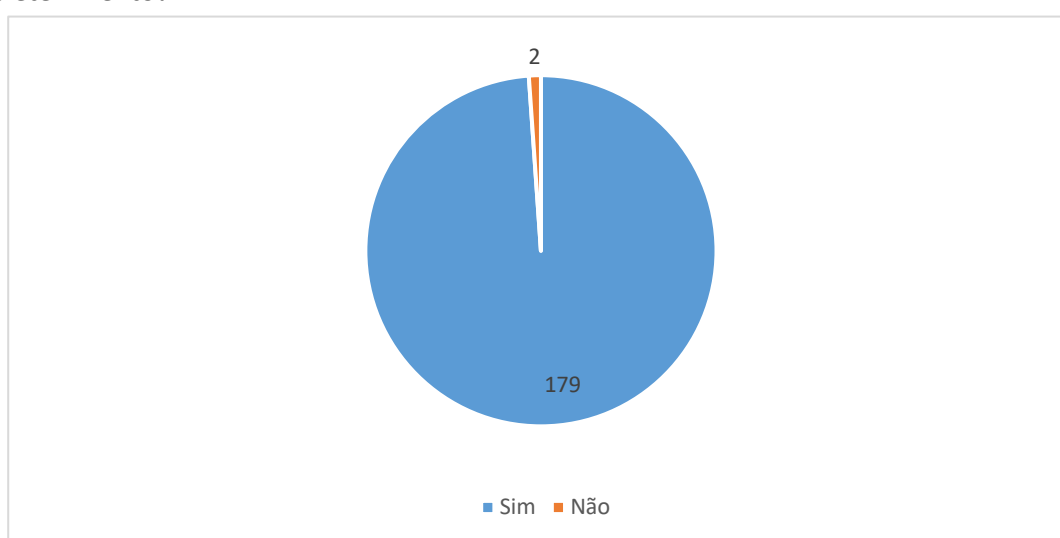
Gráfico 73 - É através das redes sociais que as pessoas conseguem saber informação acerca do município onde estão inseridas?



Fonte: elaboração própria

Ainda sobre as redes sociais, também constatamos que a maioria dos inquiridos consegue diferenciar as redes sociais profissionais das redes sociais de entretenimento. Apenas duas pessoas não sabem a diferença entre ambas. A generalidade (132) utiliza estes dois tipos de redes sociais. No entanto, só 28 pessoas responderam que utilizam redes sociais profissionais. A maioria (153) utiliza redes sociais de entretenimento.

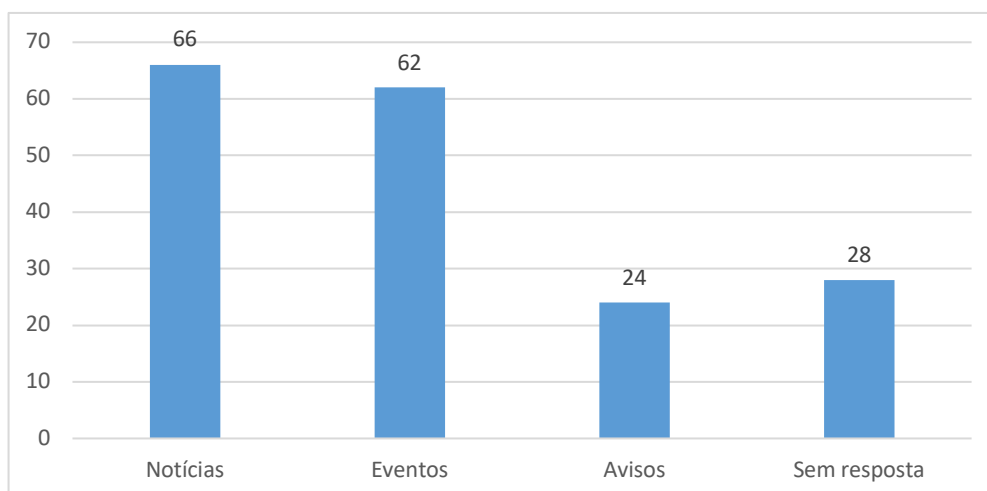
Gráfico 82 - Entende a diferença entre as redes profissionais e as redes sociais de entretenimento?



Fonte: elaboração própria

Tornou-se também importante perceber os conteúdos que os inquiridos mais apreciam nas redes sociais do seu município. Do total de 180 respostas, a maioria procura nas respetivas redes sociais notícias sobre a autarquia (66) e eventos (62) promovidos pela mesma. Constatamos ainda que 24 dos inquiridos recorrem às redes sociais para consultarem avisos do município, como por exemplo: informação de trânsito, reuniões do executivo municipal, obras na via pública ou cortes de água e luz. Não conseguimos categorizar 28 respostas.

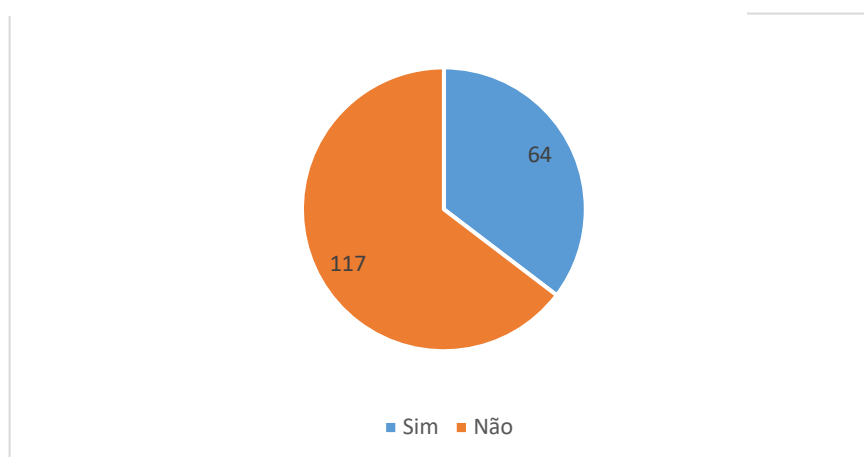
Gráfico 91 - Os conteúdos mais apreciados nas redes sociais dos municípios



Fonte: elaboração própria

Embora as pessoas acompanhem de forma constante as redes sociais do seu município, a maioria (117) não partilha as publicações nas suas redes sociais pessoais. Apenas 64 revelam proatividade e partilham esse conteúdo na sua rede de amigos. Fica também claro que a maioria das pessoas que responderam ao questionário concorda com o tipo de informação que é transmitida pelas redes sociais do seu município. Apenas 13 não concordo com o tipo de conteúdo que é realizado e partilhado.

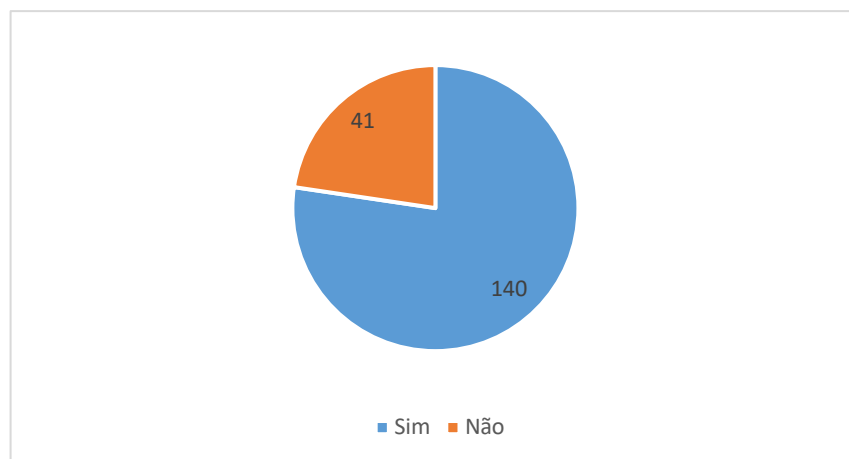
Gráfico 100 - Partilha as publicações do seu município nas redes



Fonte: elaboração própria

Por fim, mais de metade dos inquiridos diz que a frequência com que o seu município publica nas redes sociais é adequado. Cerca de 41 pessoas dizem que é desadequado.

Gráfico 107 - A frequência com que o seu município publica nas redes



Fonte: elaboração própria

Conclusão

Com a realização do questionário conseguimos responder às perguntas propostas anteriormente, bem como às hipóteses formuladas. De seguida apresentamos as principais conclusões.

Todas as pessoas que responderam ao questionário têm redes sociais (hipótese 1), ficando bem patente a utilização permanente e global das redes sociais.

Também ficou claro que as pessoas acompanham ou utilizam as redes sociais para se manterem informadas (hipótese 2). Nomeadamente, as notícias que dizem respeito ao seu município (hipótese 3), a generalidade das pessoas disse mesmo que costuma acompanhar as notícias da sua cidade pelas redes sociais, sendo estas um veículo privilegiado para manter a população informada.

Assim, os inquiridos consideram importante e fundamental o uso de redes sociais pelos municípios (hipótese 4), uma vez que são predominantes para a divulgação de informação, de tal forma que grande parte das pessoas respondeu que é através das redes sociais que conseguem saber informação à cerca do município em que estão inseridas. São o principal veículo desse tipo de informação para a população (hipótese 5).

Outra das conclusões que retiramos é o facto de as pessoas distinguirem facilmente redes sociais profissionais de redes sociais de entretenimento (hipótese 6). Contudo, as redes sociais profissionais são pouco utilizadas, com claro predomínio das redes sociais de entretenimento. A maioria das pessoas utiliza mais do que uma rede social (hipótese 7).

Ainda assim, mesmo existindo uma larga utilização das redes sociais, a maioria das pessoas não partilha as publicações que o seu município publica nas redes sociais (hipótese 8).

Por fim, além das pessoas das pessoas concordarem com o tipo de informação veiculada nas redes sociais dos municípios, também estão de acordo com a frequência que as autarquias publicam nas respetivas redes (hipótese 9). É importante ressaltar que, segundo as respostas obtidas, as pessoas acedem às redes sociais do município

para se informarem e obterem informações sobre eventos locais ou avisos que possam condicionar a sua vida quotidiana.

A utilização das redes sociais foi absorvida por pessoas em todo o mundo e hoje em dia já faz parte do nosso quotidiano.

Claro que as redes sociais, hoje, são um lugar onde as empresas e as marcas marcam, também, presença, interagindo com os seus clientes e os seus potenciais clientes.

Aqui apresento algumas vantagens trazidas pelas redes sociais:

Compartilhar a visão e a cultura da empresa – as redes sociais são uma boa maneira de darmos a conhecer os valores e a cultura de uma empresa, o que pode melhorar ainda mais a relação que o público tem com a empresa ou com a marca.

Interação direta com o cliente e personalização da mensagem – permite um relacionamento mais personalizado e direto com cada um dos clientes ou potenciais clientes, visto que podemos entrar em contacto com cada um deles, seja para resolver algum tipo de problema ou pedir por algum *feedback*, por exemplo.

Segmentação do público - a grande parte das redes sociais permitem segmentar os anúncios de acordo com as características das audiências, e por isso uma empresa não estará a desperdiçar dinheiro nem tempo para impressionar pessoas que não têm interesse nos seus produtos ou serviços.

Conhecer melhor o público-alvo – nas redes sociais, há o compartilhamento de gostos, desejos e outras mais informações, por parte das pessoas, que podem ajudar bastantes das empresas na hora de se aproximarem mais do seu público-alvo.

Possibilidades de venda – as redes sociais podem também ser utilizadas para a venda de produtos ou serviços, principalmente se abordarmos aquele tanto de público que já tem um relacionamento prévio com a nossa marca.

Ambiente controlado pela empresa – independentemente de qual é o público-alvo da empresa, este está sempre presente em alguma rede social, assim a qualquer momento a empresa poderá ser notada.

Existir a possibilidade de divulgação para empresas com baixo orçamento - ao contrário dos meios de publicidade tradicionais, anunciar o nosso produto ou serviço

nas redes sociais tem um custo relativamente baixo, e assim as empresas mais pequenas com menores orçamentos para publicidade podem fazê-lo mais facilmente, além de que uma vantagem disto é que na *internet* é mais fácil otimizar resultados.

Informações em tempo real – com as redes sociais há a maior facilidade de comunicação credível através de um canal oficial por parte das marcas. Está é uma grande vantagem em caso de gestão de crise, por exemplo, ou simplesmente para corrigir algum lapso ou algumas informações importantes de uma forma rápida.

Com a nossa vida cada vez mais exposta na *internet* é necessário estarmos mais atentos à forma como utilizamos as redes sociais e termos em conta alguns aspetos menos positivos que as redes sociais trouxeram:

Privacidade comprometida – com o surgimento das redes sociais ficou praticamente banal e comum a partilha de toda a nossa vida na *internet* com centenas de outras pessoas. Basta uma pessoa ver o nosso perfil em alguma rede social e sabe de imediato onde vivemos, onde estudamos, onde trabalhamos e até mesmo quem são os nossos amigos, e em alguns casos sabe-se mesmo onde estamos naquele momento. Por vezes, essas informações podem chegar a pessoas menos bem-intencionadas e pessoas que se aproveitam de todas as situações, como por exemplo o roubo.

Exposição de dados confidenciais – nos dias de hoje, para criar um perfil numa rede social ou fazer qualquer tipo de registo on-line é necessário o fornecimento de alguns dados pessoais a empresas ou desconhecidos. Em consequência disto, por vezes, perdemos o controlo sobre o destino das nossas próprias informações, que podem ser distribuídas pela *internet*.

Vício - algumas pessoas têm tendência para passar mais tempo nas redes sociais do que com pessoas reais. Sem se dar conta, há pessoas que quase substituem a vida real pela vida virtual, o que não é nada saudável. Temos de ter limites, até mesmo algumas pessoas que trabalham nesta área, podem ter dificuldade em se desligarem mesmo depois do horário de expediente.

Disseminação de *fake news* – este é um assunto que tem vindo a ser falado bastantes nos últimos anos por cada vez ser mais frequente e mais utilizado. A verdade

sobre as *fake news* é que são bastantes perigosas e podem tomar proporções, de facto, assustadoras, causando a desinformação e, em consequência, polémicas. As *fake news*, normalmente, são criadas com um objetivo específico e espalham-se de uma forma tão rápida que se tornam num caminho sem volta. A partir do momento em que uma notícia falsa é publicada é muito difícil retirá-la da *internet* ou desmentí-la.

Em suma, com a realização do presente estudo ficou bem claro a importância das redes sociais para os municípios. Nos últimos anos, tornaram-se mesmo um importante veículo de comunicação e informação entre a autarquia e os municípios, é notório que o hábito de utilizar as redes sociais já está enraizado na sociedade. Em alguns municípios tornam-se mesmo o principal e único canal de contacto entre ambos.

Referências Bibliográficas

Azevedo, Tatiana. (2011). *Análise de Redes Sociais através de softwares de ARS e de Data Mining: Um estudo de caso em Turmas de graduação*. Rio de Janeiro.

Carmo, H., & Ferreira, M. F. (2008). *Metodologia da investigação. Guia para Auto-Aprendizagem* (2.ª edição). Lisboa: Universidade Aberta.

Baran, P. (1960). *Reliable Digital Communications Using Unreliable Network Repeated Nodes*, RAND Corporation, Report P-1995.

Castells, Manuel. (1999). *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra.

Castells, Manuel. (2003). *A Galáxia internet: reflexões sobre a internet, negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Castells, Manuel. (2009). *Communication Power*. Estados Unidos da América: Oxford University Press.

Cross, R., & Prusak, L. (2002). *The People who make organizations go or stop*. Harvard Business Review. Boston, Massachus.

Fisher, T. (1997). *Gestão contemporânea, cidades estratégicas e organizações locais*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.

Franco, Augusto. (2002). *A origem das redes sociais é a sociedade humana*.

Guedes, André L. A. (2010). *A percepção da Transmissão do Conhecimento nas Redes Sociais Informais (RSI) de Atendimento ao cliente: estudo de uma empresa pública de tecnologia da informação e comunicação*. Rio de Janeiro.

Kuipers, Kathy J. (1999). *Formal and informal networks in the workplace*.

Lago Júnior, Mário W. do. (2005). *Redes Sociais informais intraorganizacionais e os processos e mudanças organizacionais: estudo de uma empresa de tecnologia da informação*. Salvador.

Lèvy, Pierre. (2011). *The Semantic Sphere 1. Computation, Cognition and Information Economy*. Canadá: Willey-Iste. Castells, Manuel. (2003). *A galáxia da*

internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Laham, Richard. (2006). *The Economics of Attention: Style and Substance in the Age of Information*. Chicago: University of Chicago Press.

Landow, G. P. (2001). *Hypertext 2.0: A Convergência da Teoria Crítica Contemporânea e Tecnológica*. Barcelona: Paidós.

Macambira, Magno. (2009). *Comprometimento organizacional e redes sociais informais: a estrutura das relações interpessoais e o vínculo com a organização*. Salvador.

Marteletto, Regina M. (2001). *Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência de informação*. Instituto Brasileiro de informação em Ciência e Tecnologia.

Nohria, N., & Eccles, R. G. (Ed). (1998). *Networks and organizations: structures, form, and action*. Boston: Harward Business School Press.

Recuero, Raquel. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina.

Santos, M. V. (2004). *Redes Sociais informais e compartilhamento de significados sobre mudança organizacional*. In: Congresso Brasileiro de Psicologia Organizacional e do Trabalho. Salvador.

Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *social network analysis: methods and applications*. Cambridge: University Press.

Wellman, B. (1988). *Network analysis: from method and metaphor to theory and substance*. Nova Iorque: Cambridge University Press.

Anexos

Anexo 1 – Perguntas do inquérito realizado.

Pergunta número 1: Sexo.

Masculino

Feminino

Prefiro não dizer

Pergunta número 2: Idade.

15 – 25 anos

26 – 35 anos

36 – 45 anos

46 – 55 anos

56 – 65 anos

< 66 anos

Pergunta número 3: Habilitações académicas.

> Ensino Básico

Ensino Básico

Ensino Secundário

Licenciatura

Mestrado

Doutoramento

Pergunta número 4: Distrito de residência.

Inserir resposta

Pergunta número 5: Município de residência.

Inserir resposta

Pergunta número 6: Tem internet em todo o lado?

Sim

Não

Pergunta número 7: Se respondeu não, tem internet em casa pelo menos?

Sim

Não

Pergunta número 8: Tem redes sociais?

Sim

Não

Pergunta número 9: Se sim, quais?

Inserir resposta

Pergunta número 10: Costuma acompanhar as notícias pelas redes sociais, no geral?

Sim

Não

Pergunta número 11: Segue as redes sociais do seu município?

Sim

Não

Pergunta número 12: Costuma acompanhar as notícias, do seu município, pelas redes sociais?

Sim

Não

Pergunta número 13: Na sua opinião, as redes sociais são fundamentais para a divulgação de informação de um município?

Sim

Não

Pergunta número 14: Na sua opinião, é através das redes sociais que as pessoas conseguem saber informação à cerca do município onde estão inseridas?

Sim

Não

Pergunta número 15: Entende a diferença entre as redes sociais profissionais e as redes sociais de entretenimento?

Sim

Não

Pergunta número 16: Utiliza esses dois tipos de redes sociais?

Sim

Não

Pergunta número 17: Qual destes dois tipos de redes sociais mais utiliza?

Redes sociais profissionais

Redes sociais de entretenimento

Pergunta número 18: Qual é/quais são o(s) Conteúdo(s) que mais aprecia nas redes sociais do seu município?

Inserir resposta

Pergunta número 19: Costuma partilhar as publicações que o seu município publica nas redes sociais?

Sim

Não

Pergunta número 20: Concorda com o tipo de informação que é transmitida pelas redes sociais do seu município?

Sim

Não

Pergunta número 21: Na sua opinião, a frequência com que o seu município publica nas redes sociais é adequado?

Sim

Não