

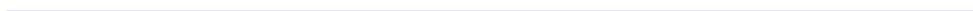


VII Congresso **CONSAD**  
de Gestão Pública

Centro de Convenções Ulysses Guimarães  
Brasília/DF – 25, 26 e 27 de março de 2014

# **ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E REDES SOCIAIS (FACEBOOK E TWITTER): ANÁLISE DE CASOS SELECIONADOS**

**ANA CLAUDIA FARRANHA  
VIVIANE SILVA  
JOÃO CARLOS S. REIS  
THAÍS MAGALHÃES**



## **ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E REDES SOCIAIS (FACEBOOK E TWITTER): ANÁLISE DE CASOS SELECIONADOS**

Ana Claudia Farranha  
Viviane Silva  
João Carlos S. Reis  
Thaís Magalhães

### **RESUMO**

Esse trabalho apresenta os primeiros resultados da pesquisa Redes Sociais e Administração Pública, desenvolvida com recursos do CNPQ, com base no estudo de caso dos perfis Facebook e Twitter do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), Secretaria Especial de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR) e Secretaria Especial de Mulheres (SPM). Trata-se da sistematização dos dados obtidos em observação destes perfis e a análise discutirá qual a natureza do espaço que as redes sociais criam e se espaço tem potencial para o florescimento de uma cultura democrática. Do ponto de vista metodológico, utilizaremos a comparação dos casos, tendo sido definido um período de observação, bem como dimensões a serem observadas. Os resultados buscam responder a seguinte pergunta: qual o sentido da presença da Administração Pública nas redes sociais?



## 1 INTRODUÇÃO

Conhecer e acompanhar o que o Estado faz é desafiador, pois até pouco tempo o acesso à informação pública só era possível através da imprensa – rádio, jornais, revistas e, principalmente, a televisão eram as formas como os cidadãos ficavam sabendo das ações promovidas pelo governo. Com a evolução da internet a maneira do governo se comunicar com a população têm mudado. Mais que a televisão, o rádio, cinema ou vídeo, o computador conectado a Rede proporciona uma verdadeira interação em tempo real.

Ante a essa observação, chama a atenção o fato de que diferentes órgãos do Estado, empresas privadas e organismos não governamentais estejam presentes nesses espaços virtuais, conseqüentemente, isso leva a uma indagação: qual o sentido dessa presença? Isso garante mais democracia e participação? Com isso, esse trabalho busca compreender qual a natureza da presença de órgão da Administração Pública Federal <sup>1</sup>no Twitter e Facebook?

Partindo destas questões, a pesquisa foi desenhada a partir da seleção de seis Ministérios da estrutura do Poder Executivo<sup>2</sup>, procurando analisar a natureza do uso das redes sociais pela Administração Pública Federal (órgãos do Executivo) e se desdobrando as seguintes questões:

- Qual o objetivo principal da utilização das redes sociais pela Administração Pública Federal?

---

<sup>1</sup> Segundo levantamento feito por essa pesquisa em fevereiro de 2013, 18 ministérios possuíam fan pages no facebook ( Farranha, 2013). Levantamento mais recente (Cerquinho, 2014) mostra que outubro de 2013 esse universo era constituído por 38 órgãos entre Presidência e Ministérios. Dentre as redes sociais identificadas, além do Facebook e do Twitter têm-se também o *Flickr*, *Youtube*, *Orkut*, *Formspring*, *Google+*, *Slideshare*.

<sup>2</sup> O critério de seleção obedeceu à seguinte lógica: **Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão – MPOG**: considerado centro importante das diretrizes para planejamento e ação da Administração Pública Federal. **Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres – SPM**, **Secretaria Especial de Promoção da Igualdade Racial – SEPPIR**, **Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA**; **Ministério do Meio Ambiente – MMA**: estruturas mais recentes na Administração Pública Federal e cujo escopo da ação mobiliza e interage com as questões pautadas pelo movimento social, a partir do processo de democratização brasileira e o **Ministério da Agricultura, Pesca e Abastecimento – MAPA**, que por força do setor agroindustrial tem atuado no sentido de articular diferentes propostas e interesses do setor, o que denota elementos de participação, mas por um outro viés que não o dos movimentos sociais de contestação do final dos anos 70, no Brasil.



- Trata-se da construção de práticas que autorizam a identificar elementos de uma gestão transparente e participativa?
- Nos órgãos estudados, identificam-se aspectos onde prevalecem relações horizontais de rede entre agentes públicos e sociedade? Qual o destino da manifestação dos cidadãos diante da informação divulgada?
- Qual o sentido da publicização da informação tem nesse contexto? Informar, divulgar, ampliar os canais de participação no Estado ou aderir a uma mídia social como forma de marketing político e divulgação das ações do governo?
- Que lições o estudo pode apresentar em relação ao uso das redes sociais pelo Estado e quais elementos da literatura sobre o tema se apresentam, a partir do estudo proposto?

Nesse trabalho, em particular, apresentamos os primeiros resultados da análise do perfil do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA); Secretaria Especial de Políticas para Igualdade Racial (SEPPIR) e Secretaria para Políticas para as Mulheres (SPM). Nosso objetivo é, a partir da comparação entre os casos ter alguns parâmetros que nos auxiliem na resposta à questão de pesquisa. Assim, o texto que ora apresenta se estrutura a partir da seguinte lógica: a) apresentação dos objetivos da pesquisa; b) descrição do percurso metodológico seguido para análise; c) apresentação dos casos estudados ( com resultados preliminares); d) conclusões em torno do tema.

## **2 O DESENHO DA PESQUISA : OBJETIVOS E METODOLOGIAS**

Partindo desse conjunto de questões, estabelecemos para análise o seguinte objetivo geral:

- Identificar em que medida a informação apresentada pela Administração Pública nas redes sociais – twitter e facebook – proporciona a efetivação do princípio da publicidade (art. 37, caput e parágrafo 1º.), ampliando as possibilidades de controle social sobre o Estado e de construção de mecanismos de aprofundamento da democracia.



E como decorrência dele, formulamos os respectivos objetivos específicos:

- Compreender o percurso feito por cada um dos organismos selecionados na inserção na rede (procedimentos formais, alimentação da informação, motivações, expectativas e resultados – se houver);
- Acompanhar, na medida do que for possível, a partir dos mecanismos existentes nas redes mencionadas (facebook e twitter), as manifestações dos cidadãos diante da informação divulgada.
- Identificar se há algum processo de monitoramento da manifestação do cidadão face à informação divulgada;
- Identificar os aspectos advindos desta experiência que auxiliam na efetivação do princípio da publicidade;
- Discutir/analisar a natureza deste processo: ele amplia as possibilidades de controle social ou ela é uma visão unilateral da informação divulgada.

Do ponto de vista metodológico, a análise se pauta pela perspectiva dos estudos de caso, em uma perspectiva comparativa. Partimos das considerações desenvolvidas por Yin (2005); Chizootti (1995); Bruyne et al (1991); Richardson (1999), identificamos que apesar de uma certa similitude entre os casos estudados (e a serem estudados) há especificidades que permitem ter um grau de amplitude maior capaz de responder as questões colocadas pela pesquisa, bem como tecer considerações entre os elementos identificáveis entre os perfis pesquisados e suas singularidades. Tendo em vista tratar-se de estudos no âmbito dos Ministérios, as observações podem auxiliar a formulações acerca de melhorias e correções o uso das diversas redes sociais utilizadas atualmente pelo governo federal.

Do ponto de vista da coleta de dados, o trabalho se articula a partir da observação de perfis, tendo por instrumento balizador um formulário de monitoramento desenvolvido para esse fim (anexo I). Além da observação dos perfis, com monitoramento de postagens, dois outros instrumentos têm sido utilizados pela pesquisa. Um refere-se a uma ferramenta existente no próprio



Facebook – as curtidas<sup>3</sup>. Trata-se de um conjunto de informações sobre a *fan page* que possibilita saber quantas curtidas a página teve, quem estava falando sobre os assuntos postados, qual a semana mais popular, a cidade mais popular ( a cidade de onde é a maioria das pessoas falando) e o grupo de idade mais popular ( o maior grupo de idade das pessoas falando sobre isso).

O outro instrumento utilizado na pesquisa é a entrevista. Dos casos apresentados tivemos a oportunidade de conversar longamente com um dos técnicos responsáveis pela organização da comunicação em um dos Ministérios e, é nossa intenção organizar enquetes com os seguidores das páginas.

Ainda no que concerne a questão metodológica o trabalho está amparado por algumas categorias teóricas, já trabalhadas em outros textos<sup>4</sup>, as quais permitem organizar um arcabouço que fundamenta as respostas às questões propostas para a pesquisa e auxilia-nos a compreender como elementos teóricos se colocam na prática e em que medida a prática resignifica esses elementos. Os conceitos chaves da análise são: *democracia participativa; governo eletrônico e suas derivações; governança e atuação em rede*. Juntamente com esses conceitos a discussão acerca dos mecanismos de transparência e *accountability* são de fundamental importância para a compreensão acerca do papel que as redes sociais cumprem nesse universo.

Cabe, também, analisar os mecanismos de implantação da Lei 12.527/11 - Lei de Acesso à Informação (LAI), cujo objetivo é proporcionar maior transparência aos poderes do Estado em todos os níveis de poder (Legislativo, Executivo e Judiciário) e esferas governamentais (Federal, Estadual, Municipal e Distrito Federal). Essa lei abre a possibilidade de tornar mais efetivo o princípio da publicidade inscrito no art. 37, da Constituição Federal. Nesse caso, é possível examinar como as redes sociais são utilizadas pelos órgãos selecionados para cumprir os dispositivos legais que nela estão normatizados.

---

<sup>3</sup> Trata-se de um dos itens que compõe o perfil da página, juntamente com as fotos, a linha do tempo (time line), as informações (sobre) e o twitter.

<sup>4</sup> Sobre isso ver Farranha, 2012; Farranha, 2013; Farranha & Reis, 2013.



O teste da metodologia exposta nesse artigo foi realizado em julho de 2011, quando um dos pesquisadores registrou-se no twitter e passou a seguir os Ministérios selecionados para pesquisa (MPOG, MDA, MAPA, MMA, SEPPIR, SPM). Com este procedimento buscou-se ter uma breve noção do material a ser coletado nas redes sociais e apontar algumas inferências capazes de auxiliar na análise proposta. O resultado da observação realizada durante esse período assinalou, os seguintes elementos:

a) Observações iniciais

- A informação postada refere-se às ações dos Ministérios, uma espécie de *o governo em ação* ou informações úteis ao usuário do serviço. Por exemplo, no twitter do MDA identificou-se publicações sobre as ações do Garantia Safra na Bahia, ações do Programa Brasil sem Miséria, e Plano de Cidadania para Xingu. Não foram identificadas postagens do MPOG. No MMA, foram identificadas algumas informações sobre políticas de resíduo sólido. Na SEPPIR foram identificadas várias ações do governo e no dia 03/08 foi identificado o seguinte ato oficial - **Seppir seleciona projetos de mapeamento de clubes sociais negros do Brasil**. Além destas informações a SEPPIR realizou uma vídeo conferencia com a participação dos Estados, no dia 29/07 – disponível em <http://www.youtube.com/seppirpr>.

b) Inferências que essas observações levantam:

- Muita informação, mas, mais voltada para divulgar as ações e atividades governamentais ( como um painel midiático) do que efetivamente publicidade de atos oficiais ( os que são publicados no Diário Oficial). Não foi possível diagnosticar como o cidadão que segue os órgãos mencionados interage com ela.
- A sensação que se tem é que é um grande mural que o cidadão pode saber em tempo real tudo que se passa no âmbito da administração pública;



- A divulgação da informação se assemelha muito as agências de notícias que comunicam ao cidadão o que está sendo feito.
- Não foi possível identificar se essa informação está no órgão oficial de comunicação, mas a impressão que se tem é que são mais “notícias”/ comunicação do que publicidade de atos administrativos.
- Das ações/notícias identificadas no período, chamam muito atenção as informações vindas da SEPPIR, pois além da videoconferência que contou com a participação dos Estados e proporcionou que o internauta postasse mensagens *on line*, divulgou nesse período ato publicado no Diário Oficial (Chamada Pública Nº 01/2011)

c) O que essas observações indicam:

- É necessário compreender a natureza da informação e investigar o nexos com a gestão pública e com o acompanhamento das políticas/programas e ações divulgadas.
- O tema da democracia parece pairar sobre essa massa de tweets enviados. A pesquisadora enviou um twitter acerca da questão dos resíduos sólidos o qual não foi respondido. Assim, é preciso identificar qual o destino da manifestação dos seguidores. O que é feito com isso?? Aqui, a tese da ação x espetacularização da política (Janine, 2000) parece tomar corpo. Trata-se de uma discussão que aponta o lugar da política na sociedade contemporânea, cuja pergunta central é: o homem da ação teria sido substituído pelo homem da contemplação? Para o tema em questão trata-se de identificar se a estratégia de divulgação da notícia leva a algum resultado concreto na mudança/ transformação dessa política ou se o “seguidor” apenas detém a informação reproduzindo os parâmetros tradicionais da comunicação: emissor – receptor. Recoloca-se, assim, o tema da democracia e o que a Administração Pública tem feito em relação a ela, considerando as dimensões de transparência e *accountability* .



Esses eram alguns “anúncios” do campo antes de iniciarmos o processo mais detalhado da pesquisa nos Ministérios selecionados. Nesse sentido, a pesquisa feita no Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), Secretaria Especial de Políticas para Igualdade Racial (SEPPIR) e Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM) no ano de 2013 e em janeiro de 2014 possibilita aprofundar mais e melhorar algumas das inferências levantadas, ainda de maneira muito experimental, no início da pesquisa, conforme passamos a descrever a seguir.

### **3 OS CASOS: MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA); SECRETARIA ESPECIAL DE PROMOÇÃO DA IGUALDADE RACIAL (SEPPIR) E SECRETARIA ESPECIAL DE MULHERES (SPM)**

#### **3.1 O Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA)**

Com base na metodologia descrita acima, no período de 07 a 20 de maio de 2013, fizemos análise das postagens feitas pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário, no perfil oficial do órgão. A análise consistiu em examinar o conteúdo das postagens e identificar que tipo de manifestação elas receberam. Se foram curtidas, se foram comentadas, se foram compartilhadas, se houve recomendação<sup>5</sup> ou qual o comentário feito pelo órgão.

Assim, a lista de postagens tem cerca de 120 notícias que variam desde informações ao cidadão, notícias de editais, notícias da atuação do MDA, notícias de eventos. Abaixo, listam-se algumas delas (apuradas na semana de 07 a 13 de maio de 2013)<sup>6</sup>:

---

<sup>5</sup> A recomendação é um recurso que o usuário do Facebook tem para manifestar sua opinião acerca do que gosta naquele perfil. Mais recentemente (24/02/2014) esse termo foi substituído por “avaliação”

<sup>6</sup> O levantamento feito tem mais 74 notícias. Selecionamos apenas algumas.



Quadro 1: Postagens Facebook do Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA, maio de 2013

Encontro de pescadores em Bonito, no Mato Grosso do Sul, discute políticas de incentivos à atividade pesqueira
Ervas medicinais conheça mais um pouco sobre elas!
O assentamento Anita Garibaldi, próximo a Florianópolis (SC), está em festa! A colheita da moranga, um tipo de abóbora comum na região, foi o motivo da 10ª Feira da Moranga. As 45 famílias assentadas vendem a moranga in natura, em forma de doce, farinha e sementes saborizadas.
Sua horta orgânica está com pragas? Confira as dicas de repelentes naturais que protegem as plantas e não fazem mal à saúde humana.
Por um #BrasilSustentável, vem aí o II Seminário Nacional de Agricultura Irrigada e Desenvolvimento Sustentável, em Belo Horizonte (MG), nos dias 06 e 07 de junho.
OPORTUNIDADE NO CAMPO! O Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) tem previsão de ofertar 120 mil vagas em cursos direcionados à população do meio rural. A ação tem previsão de alcançar 2.600 municípios este ano. São ofertados 220 diferentes cursos técnicos, além de 500 outros de qualificação profissional, com mais de 160 horas de aulas.
O Brasil pela cozinha Site traz uma rota pelas regiões brasileiras guiada pelo aroma de seus pratos mais típicos
Até o final de 2014, o programa Rota do Mel irá investir R\$ 20,8 milhões na potencialização da apicultura no Semiárido.
A agricultura familiar estará presente na Agrobrasília.
Como fazer para reduzir os impactos ambientais na bovinocultura de leite? Uma solução é a adoção da Pastagem Ecológica.
Você já comeu umbu? Não?! Tem que experimentar. É uma fruta nativa da caatinga e de sabor inigualável. Quem comparecer a Apas 2013 – 29º Congresso e Feira de Negócios em Supermercados –, em São Paulo, poderá conhecer doces, geleias e compotas de umbu produzidos pela Cooperativa Agropecuária Familiar de Canudos, Uauá e Curacá, da Bahia.
A agricultura familiar, segundo a organização da Agrishow, também registrou uma participação importante no volume de negócios gerados, graças, sobretudo, a linhas de financiamento público.
Política de irrigação: 10 milhões de hectares cultivados até 2019
Conheça história do agricultor familiar Rafael Potter, gaúcho de Caxias do Sul que dedicou mais da metade dos seus 41 anos de vida à agricultura. Desde que nasceu, mora na mesma casa com a família onde produz uva, pêssego, goiaba, laranja, nectarina e bergamota.



Observa-se que o universo é muito variado e a idéia que parece perpassar o perfil analisado é a de que informar é um eixo central do uso das redes sociais. Entretanto, se analisarmos outro aspecto da pergunta que esse texto busca responder - se essa informação pode funcionar como uma melhora na qualidade da democracia ampliando a participação - verificaremos que não há, ainda, elementos que provoquem mais interação entre quem segue o perfil e se manifesta nele e o Ministério. Nesse sentido, organizamos um gráfico que assinala aspectos da interação.

A medição desse aspecto é ainda muito experimental, entretanto o gráfico abaixo busca oferecer algumas pistas sobre a questão observe-se:

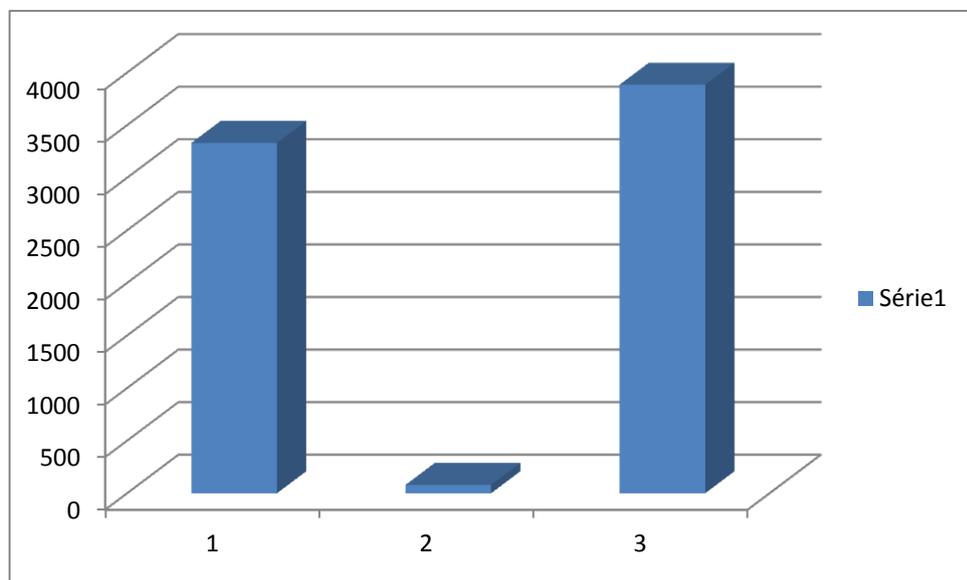


Gráfico 1 – Curtidas, comentários e compartilhamentos do perfil do Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA, maio de 2013

Legenda	RESULTADOS	Porcentagem	
1	TOTAL CURTIDAS	3331	45,66%
2	TOTAL COMENTÁRIOS	79	1,08%
3	TOTAL COMPARTILHAMENTO	3885	53,25%
	TOTAL	7295	100%



O gráfico acima assinala que as interações, tomadas como curtidas, comentários e compartilhamentos, totalizam 7295 atuações. Dessas, os números mais relevantes referem-se as curtidas e aos compartilhamentos, ficando os comentários com uma porcentagem bem pequena de atuações. Sob essa perspectiva, a conclusão que se pode chegar é que o perfil de um Ministério nas redes sociais tem um papel importante na divulgação, por parte do órgão de suas ações, e dos seus “fãs”<sup>7</sup> que por meio do compartilhamento fazem a informação circular. Isso para efeito da noção de democracia participativa, que informa o conteúdo desta pesquisa, é importante, pois não se faz um espaço do ouvir e ser ouvido sem a dimensão da informação.

Entretanto, do ponto de vista da ampliação desse debate, a atuação que guarda esse potencial é a menos utilizada: o comentário. Apenas, 1,08% das atuações e, as recomendações, que não aparecem no gráfico acima, somente foram utilizadas três vezes na primeira semana ( 07 a 13 de maio de 2013) e nenhuma vez na semana posterior. Isso mostra que o uso de redes sociais poderia ser mais explorado pela Administração Pública, pois poderia ser um canal de mais diálogo e interação (multidirecional) com o cidadão que comenta a postagem.

#### **4.2 A Secretaria Especial de Políticas para Igualdade Racial – SEPPIR**

A SEPPIR (Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial) foi criada pelo Governo Federal, em reconhecimento as lutas históricas do Movimento Negro Brasileiro, no dia 21 de março de 2003, dia em que se comemora em todo o mundo, o Dia Internacional pela Eliminação da Discriminação Racial. A missão da Secretaria é estabelecer iniciativas contra as desigualdades raciais no País. Seus principais objetivos são ([www.facebook.com/Seppir/info](http://www.facebook.com/Seppir/info)):

- a) Promover a igualdade e a proteção dos direitos de indivíduos e grupos raciais e étnicos afetados pela discriminação e demais formas de intolerância, com ênfase na população negra;
- b) Acompanhar e coordenar políticas de diferentes ministérios e outros órgãos do Governo Brasileiro para a promoção da igualdade racial;

<sup>7</sup> Por se tratar de uma página ( *fan page*) que não requer somente a amizade o acesso a ela, dá ao usuário um status de fã. Alguém que gosta e acompanha o que é publicado.



- c) Articular, promover e acompanhar a execução de diversos programas de cooperação com organismos públicos e privados, nacionais e internacionais;
- d) Promover e acompanhar o cumprimento de acordos e convenções internacionais assinados pelo Brasil, que digam respeito à promoção da igualdade e combate à discriminação racial ou étnica;
- e) Auxiliar o Ministério das Relações Exteriores nas políticas internacionais, no que se refere à aproximação de nações do Continente Africano.

Para análise do Twitter da SEPPIR – Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial foi realizado o monitoramento durante o mês de março/2013, buscando quantificar o número de tweets, reetweets e que tipo de informação foi divulgada durante esse período. A escolha deste mês se deu por conta da comemoração no dia 21 de março dos 10 anos de existência da Secretaria. No Facebook a análise ocorreu entre os dias 31 de maio de 2013 a 29 de junho de 2013 e a escolha foi por conta das grandes manifestações por menos corrupção e mais democracia que ocorreram no Brasil durante este período.

O intuito foi observar as publicações feitas pela SEPPIR sobre as mobilizações que ocorriam no país nesse período. Houve também a aplicação de questionário a gestores da SEPPIR com objetivo de identificar a opinião destes sobre a inserção da SEPPIR nas redes sociais e se este instrumento tem promovido mais interatividade, participação pública e democracia nas tomadas de decisão.

Com o monitoramento durante todo o mês de março e junho observou-se, conforme descrito no quadro abaixo, que as informações postadas tanto no Facebook quanto no Twitter da SEPPIR são basicamente sobre agenda ministerial, seminários, debates, mulheres negras, empregadas domésticas, políticas públicas de igualdade racial, leis, decretos, portarias, ações dos Estados e municípios e 10 anos da SEPPIR. A questão que pode ser levantada em relação a esses dados é se eles geram debates que possibilitem as pessoas reconhecerem sua identidade negra e a importância da autoafirmação no combate à discriminação.



Com a disseminação de conteúdos visando à denúncia as situações de discriminação e desigualdade raciais e, a promoção de ações da comunidade negra pode-se ampliar a participação na construção, no debate e na mobilização em torno da igualdade racial, inclusão social e capacitação da comunidade afrodescendente.

Abaixo segue uma lista com exemplos de informações divulgadas no Twitter e no Facebook:

- |   |   |        |
|---|---|--------|
|    | <b>SEPPIR / PR @SEPPIR</b><br>PEC das Domésticas será votada até o final de março<br><a href="http://www12.senado.gov.br/noticias/mater...">www12.senado.gov.br/noticias/mater...</a><br>Expandir   | 7 mar  |
|    | <b>SEPPIR / PR @SEPPIR</b><br>Acompanhe ao vivo o Seminário temático: Democracia e Desenvolvimento, Por um Brasil Sem Racismo<br><a href="http://sistemas.aids.gov.br/mediacenter/in...">sistemas.aids.gov.br/mediacenter/in...</a><br>Expandir | 21 mar |
|   | <b>SEPPIR / PR @SEPPIR</b><br>Veja fotos da cerimônia de comemoração dos 10 Anos da SEPPIR<br><a href="https://facebook.com/media/set/?set...">facebook.com/media/set/?set...</a>   | 21 mar |
|  | <b>SEPPIR / PR @SEPPIR</b><br>Ministra da igualdade racial apresenta programas da SEPPIR em encontro nacional de prefeitas<br><a href="http://seppir.gov.br/noticias/ultim...">seppir.gov.br/noticias/ultim...</a><br>Expandir                  | 18 mar |
|  | <b>SEPPIR / PR @SEPPIR</b><br>Bahia - Rede de combate ao Racismo e à Intolerância Religiosa é lançada<br><a href="http://igualdaderacial.ba.gov.br/2013/03/rede-d...">igualdaderacial.ba.gov.br/2013/03/rede-d...</a><br>Expandir               | 19 mar |



 **Seppir Presidência** compartilhou um link.  
27 de Junho

Comunidades de matriz africana de São Paulo realizam encontro com Ministra Luiza Bairros

	<p><b>Comunidades de matriz africana de São Paulo realizam encontro com Ministra Luiza Bairros —...</b> www.seppir.gov.br</p> <p>Titular da SEPPIR participa de diálogo com lideranças de povos tradicionais e recebe</p>
---	---

Curtir · Comentar · Compartilhar

17

 **Seppir Presidência** compartilhou a foto de SPMulheres.  
25 de Junho

SPM prorroga, até 30/8, inscrições para o Pró-Equidade de Gênero e Raça. Leia mais: <http://migre.me/fa1Iu>

SPM prorroga, até 30/8, inscrições para o Pró-Equidade de Gênero e Raça. Leia mais: <http://migre.me/fa1Iu>



Curtir · Comentar · Compartilhar

61

Em ambas as redes sociais digitais da Secretaria, apesar do potencial apontado acima, essa pesquisa não conseguiu identificar maior interatividade com o público usuário, pois não se nota diálogo aberto com o público. A SEPPIR utiliza os espaços basicamente para divulgação de informação.

No Twitter a SEPPIR possui 7.082 seguidores e está seguindo 102 usuários. Postou 84 tweets em março/2013 que foram reetweetados 192 vezes. Isso possibilita afirmar que há um apoio às suas manifestações. Entretanto, desses 192



retweets dos usuários contabilizados, a SEPPIR não se manifestou em nenhum, o que possibilita concluir que esta rede é utilizada apenas como quadro informativo do órgão, como pode ser observado nos exemplos abaixo:

 **SEPPIR / PR @SEPPIR** 18 mar  
Dez anos de SEPPIR marcam década de institucionalização da promoção da igualdade racial no Brasil [seppir.gov.br/noticias/ultim...](http://seppir.gov.br/noticias/ultim...)  
Fechar ← Responder ↻ Retweeter ★ Favorito ⋮ Mais

---

**3**  
RETWEETS 11:29 AM - 18 mar 13 · Detalhes

---

 **SEPPIR / PR @SEPPIR** 13 mar  
SEPPIR fala sobre direitos humanos das mulheres negras na OEA [seppir.gov.br/noticias/ultim...](http://seppir.gov.br/noticias/ultim...)  
Fechar ← Responder ↻ Retweeter ★ Favorito ⋮ Mais

---

**2**  
RETWEETS  

---

8:04 AM - 13 mar 13 · Detalhes

Quadro 2: Tipo de informação divulgada pela SEPPIR no Twitter, março 2013

TWEETS: eventos, agenda da ministra, foruns, debates, etc.	46
TWEETS: mulheres negras	7
TWEETS: políticas públicas	4
TWEETS: leis, decretos e regulamentos	1
TWEETS: estados e municipios	12
TWEETS: 10 anos da seppir	11
TWEETS: domésticas	3

Os números mais relevantes do Twitter da SEPPIR são sobre a publicação de eventos e agenda ministerial, conforme demonstra o quadro 1 acima, o que evidencia que a principal preocupação está na divulgação da informação do que o órgão está fazendo e que ações estão sendo realizadas no Brasil e no Mundo.



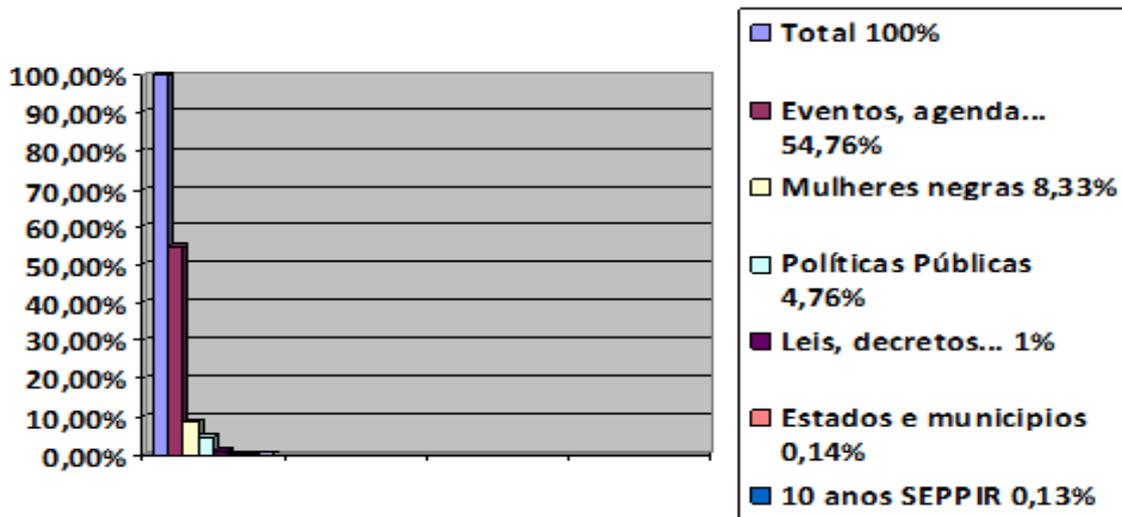


Gráfico 2: Informação divulgada no Twitter da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial durante o mês de março/2013.

A Fanpage da SEPP IR no Facebook, conforme mostra o gráfico 3 (abaixo), tinha 9034 curtidas, 4184 compartilhamentos e 140 comentários, de um total de 128 postagens feitas até o final do período de monitoramento (31 de maio/2013 a 29 de junho/2013). Os números mais relevantes referem-se às curtidas e aos compartilhamentos, ficando os comentários com uma porcentagem bem pequena na amostra. Sob essa perspectiva, pode-se inferir que a Fanpage da SEPP IR tem um papel importante na divulgação de suas ações, e dos seus “fãs” que por meio do compartilhamento fazem a informação circular na rede.

Em outras palavras, pode-se também, afirmar que a causa mobiliza um contingente significativo de pessoas, o que parece desafiador é construir os mecanismos como: formulários para tirar dúvidas ou solicitar resposta, ou chats com este mesmo fim, desde que sejam privados entre o indivíduo e o agente; formulários online ou ferramentas similares voltados para colher à opinião textual (explicada) do cidadão sobre um projeto, uma ação ou uma atividade do Estado; formulários online ou ferramentas similares voltados para colher propostas discursivamente estruturadas que visam subsidiar e a serem levados em conta no processo de produção da decisão política; voto, plebiscito, referendo mediados por ferramentas de comunicação (ROCHA, 2009: 14/15).



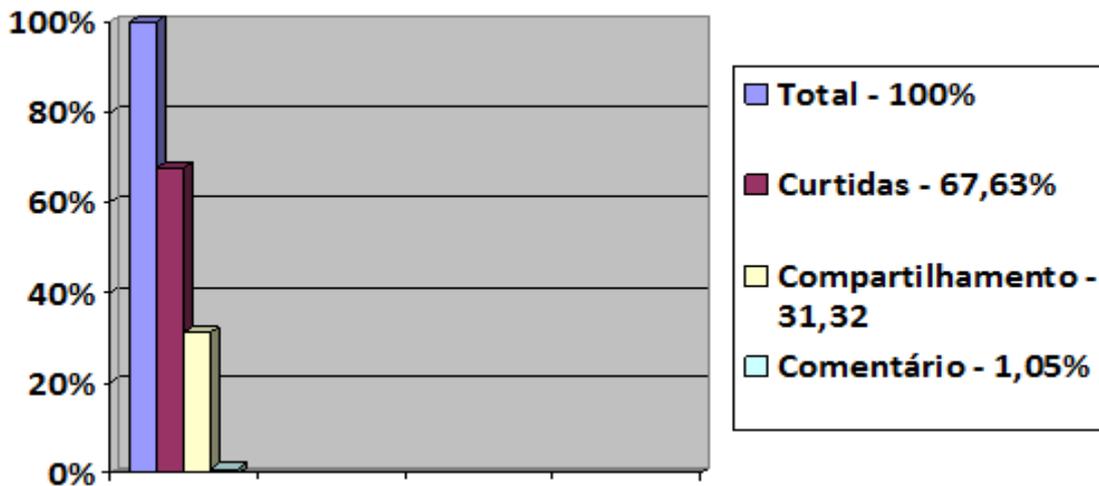
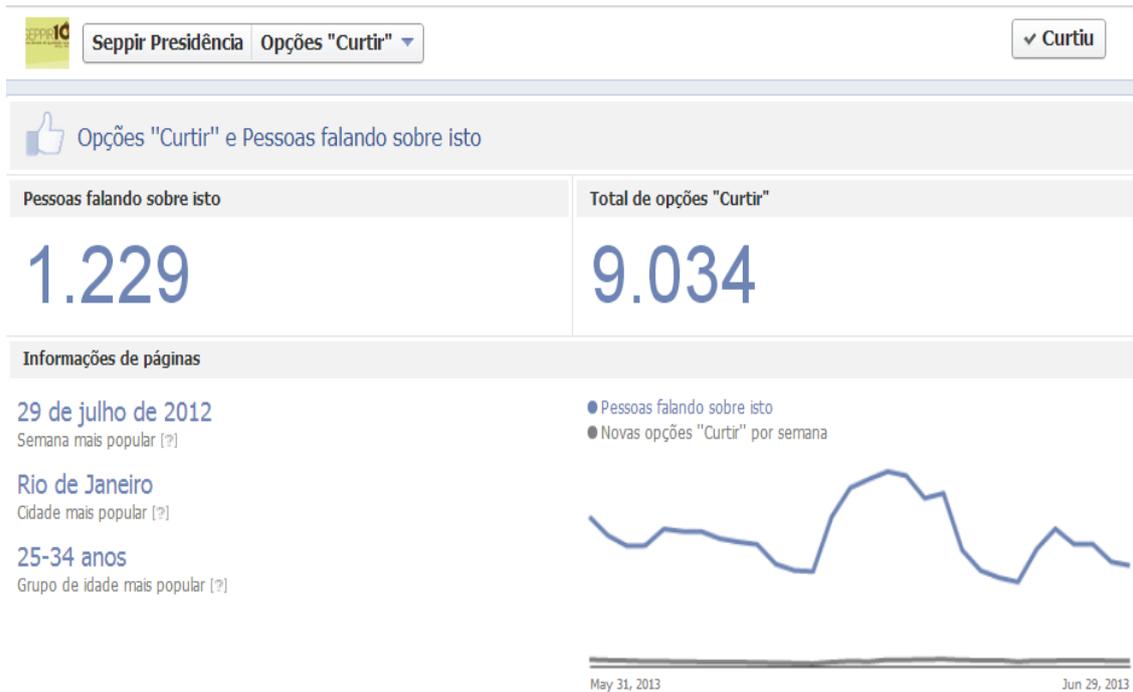


Gráfico 3: Curtidas, compartilhamento e comentários do Facebook da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial durante o mês de junho/2013.

Através dos aplicativos opções “Curtir” e “Pessoas Falando sobre isto”, examinado durante o período de análise, podemos observar que a faixa etária que mais acessou a página foram de 25 a 35 anos, sendo o Rio de Janeiro o local onde se obteve mais acessos. O que significa um público jovem, em um estado da federação com forte tradição na questão racial.

Foram obtidos, também, dados relativos à quantidade de usuários da rede que estavam falando sobre a Secretaria até aquele momento, totalizando 1229 internautas. Estes aplicativos também mostram qual foi a semana na qual a página da SEPPIR teve mais acessos desde sua criação, no caso a semana mais popular foi a do dia 29 de julho de 2012. Nesta semana foram postados eventos sobre: a) Diáspora Africana (30) – 165 curtidas, 11 comentários e 507 compartilhamentos; b) Comemoração da resistência da mulher negra latino-americana e caribenha ao racismo e sexismo (25) – 61 curtidas, 4 comentários e 221 compartilhamentos; e, c) sobre o dia da Mulher Africana (31) – 794 curtidas, 65 comentários e 5799 compartilhamentos.





Esse dado assinala a necessidade da Administração Pública ampliar esses espaços para uma perspectiva dialógica de democracia, uma vez que essas manifestações parecem apontar que existe uma simpatia com a causa e que pode ser melhor aproveitada nesse potencial dialógico, mobilizando opiniões do cidadão para decisões que estão na pauta política brasileira, como por exemplo, cotas no serviço público.

No Facebook, do monitoramento realizado não foi vista nenhuma publicação em relação às manifestações que estavam ocorrendo no país por mais democracia e transparência ( junho/2013). Todas as postagens foram direcionadas a eventos, como conferências, seminários, ciclo de palestras, editais publicados e agenda ministerial. Observou-se ainda que são poucas as respostas da SEPPIR a indagações dos usuários, e estas respostas são sobre data de determinado evento e local. E mesmo quando os usuários procuram a Secretaria para promover uma ação coletiva esta não se manifesta como mostra os exemplos abaixo:



VII Simpósio Brasileiro de Doença Falciforme  
Salvador - Novembro de 2013

Curtir · Comentar · Compartilhar 155

40 pessoas curtiram isso.

Ver mais 3 comentários

**Seppir Presidência** Prezados, ainda não recebemos informações detalhadas. Assim que tivermos vamos divulgar nas redes.

*Postagem do dia 24 de junho 2013*

**Seppir Presidência** compartilhou um link.  
27 de Junho



**Nota da SEPPIR/PR sobre carta de repúdio relativa à comunidade quilombola da Ilha da Marambaia —...**  
[www.seppir.gov.br](http://www.seppir.gov.br)

1. Participa da Comissão Nacional de Combate à Violência no Campo (CNCVC), por meio de sua

IGUALDADE RACIAL É PRA VALER

Curtir · Comentar · Compartilhar 7

7 pessoas curtiram isso.

**[Redacted]** Nós quanto artista negros do ES enviamos por fax uma proposta para ver possibilidades de ter um encontro aqui no nosso estado para se discutir questões sobreo repúdio do Edital Criadores Negros. Ointuito do contato é qie gostaríamos de ter respostas no sentido de nos mobilizarmos a classe em tempo hábil.  
29 de Junho às 12:56 · Curtir

**[Redacted]** No aguardo,  
29 de Junho às 12:56 · Curtir

*Postagem do dia 27 de junho 2013*

Mesmo que as mídias sociais digitais ainda estejam em seus estágios iniciais, essas tecnologias já têm demonstrado características muito positivas de interação entre o público usuário, como a participação livre e o fácil acesso por meio de diversos mecanismos tecnológicos. Dessa forma, a relação governo/cidadão se dá de maneira mais eficiente, uma vez que, a população recebe a informação, interage e se manifesta com críticas, elogios e sugestões e essas, teoricamente,



chegam aos tomadores de decisão. Teoricamente, porque a população recebe a informação, interage e se manifesta com críticas, elogios e sugestões, porém não recebe uma resposta e, nem podemos avaliar se esse tipo de informação interfere na tomada de decisão.

As redes são utilizadas pela Secretaria para divulgação de eventos e acontecimentos do governo, agenda da ministra, ações de outros Estados e municípios, perdeu o caráter de interatividade e se tornou uma rede informativa. Ou seja, o objetivo principal da inserção da SEPPIR nas redes sociais digitais, conforme monitoramento realizado nos meses selecionados, foi para divulgação de agenda e eventos governamentais. Toda a participação da sociedade na rede, ao que parece, não é utilizada pelo órgão como contribuição para formulação de políticas públicas e melhoria na prestação de serviços. Porém, é importante destacar que a Secretaria está preocupada em pautar nesses espaços a questão racial, em formar opinião crítica junto aos usuários, pois toda essa divulgação concede visibilidade à temática racial nas grandes mídias possibilitando a ampliação do debate e fortalecendo as lutas pela igualdade social e racial, conforme informação prestada pela gestora da comunicação da SEPPIR, em entrevista realizada em fevereiro de 2013.

### **3.3 A Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPMulheres):**

A Secretaria de Política para as Mulheres foi criada em 2003, pelo então Presidente Lula, com o objetivo de concentrar em um órgão do governo brasileiro os diversos assuntos relacionados às questões de gênero. A SPM trabalha em três frentes, a de igualdade econômica e de direitos trabalhistas entre homens e mulheres, a de combate às violências de todos os tipos, cometidas contra as mulheres; e programas de inclusão social, política, cultural, e de saúde para as mulheres. A SPM foi escolhida para esse estudo de caso devido a sua importância na sociedade brasileira atual: a intenção da Secretaria é diminuir as divergências entre homens e mulheres nos diversos âmbitos sociais e proteger uma parcela da sociedade que nos últimos séculos tem sofrido de enormes preconceitos e violências.



Para a observação do caso da SPM, fizemos o monitoramento do Twitter e Facebook desse órgão no mês de janeiro de 2014, entre os dias 02 e 20. As redes sociais da Secretaria de Políticas para as Mulheres estão sempre repletas de publicações. Pode-se dizer que são extremamente atualizadas. Aparentam ter uma proposta de divulgação de todo tipo de informações relacionadas às mulheres. Seus tweets/postagens são resumidos em divulgação de campanhas e prêmios da SPM, informativos de conscientização, notícias e divulgação de campanhas de terceiros referentes às dimensões de gênero.<sup>8</sup>

Dentre as diversas campanhas e serviços da SPM, podem ser destacados os seguintes: a) Ligue 180; b) a Agência-barco e, c) a campanha Mulher, Viver Sem Violência. O Ligue 180 é um serviço da SPM de atendimento telefônico que convida as mulheres a se expressarem em relação a violências de gênero sofridas, em suas diversas formas. A Agência-barco é um projeto da Caixa Econômica no qual um barco navega pela Ilha de Marajó fornecendo serviços bancários para a população ribeirinha, e em 2013 foi agregada uma sessão do barco à SPM, que promove atendimento às mulheres em relação a violências domésticas, de acordo com a lei Maria da Penha. A campanha Mulher, Viver Sem Violência propõe estratégias e iniciativas que dinamizam a luta contra a violência de gênero.

Parte desta descrição está na figura abaixo:

---

<sup>8</sup> Retweets e compartilhamentos são muito utilizados, mas também há postagens originais.





*Postagens de 03 e 14 de janeiro de 2014*

Além do Facebook e do Twitter, há um site onde, frequentemente, são publicadas matérias mais aprofundadas sobre os temas abordados nas redes sociais. Podemos afirmar que o Facebook e Twitter são utilizados também para divulgar o site da SPM e seus artigos. Em relação à divulgação de informações e campanhas de outros órgãos, percebe-se uma ligação especial das redes sociais da SPM com as do Ministério da Saúde (de onde são retweetadas/compartilhadas informações sobre câncer de mama, colo de útero e vacinas como a de HPV e AIDS) e de organismos ligados à área rural (onde a desigualdade de gênero se coloca mais acentuadamente).





Assim, no quadro abaixo podemos ter uma noção acerca dos tipos de publicação divulgados pela SPM, no mês de janeiro de 2014,

Quadro 3– Tipo de Informação da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres/SPM nas redes sociais (Facebook e Twitter)

<b>Tipos de informação</b>	<b>Facebook (postagens)</b>	<b>Twitter (tweets)</b>
Divulgação de campanhas da SPM	32	12
Ligue 180	2	4
Agência-barco	12	2
Mulher Viver Sem Violência	1	2
Divulgação de campanhas de terceiros	12	11
Prêmios	7	1
Notícias	16	8
Informativos	7	6

Esse quadro traz algumas indicações que possibilitam ver como a atuação desta Secretaria segue um padrão que mostra idéia de divulgação da informação, ou seja, as observações destacadas no início da pesquisa parecem se



confirmar e a lógica comunicacional ainda segue parâmetros relativos ao emissor-receptor... ”*eu envio a informação; você a recebe e difunde*”.

Outro aspecto a ser analisado refere-se às manifestações de quem segue esse perfil. Assim, os gráficos abaixo demonstram aspectos desta perspectiva, vejamos:

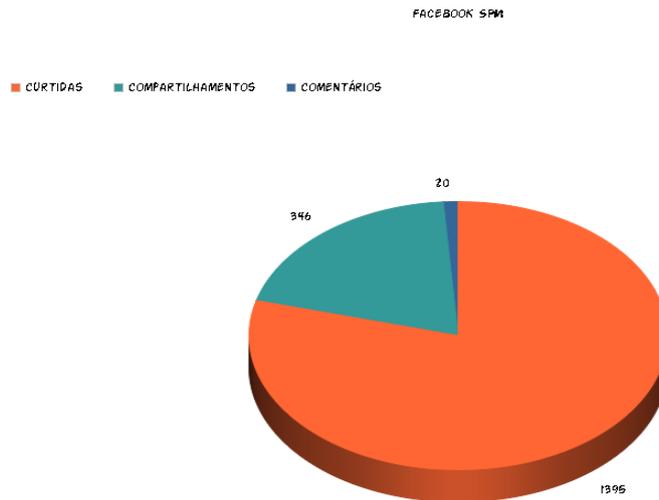


Grafico 4- Total de curtidas , compartilhamentos e comentários recebidos pelo perfil da secretaria Especial de Políticas para as Mulheres /SPM no Facebook ( 02 a 20 de janeiro de 2014)

O maior número de manifestações de seguidores do perfil (1395), em laranja, é referente às curtidas recebidas, o que reflete o caráter informativo dessa rede social da Secretaria de Política para as Mulheres. Há também um número considerável de compartilhamentos (346), nos quais o público leitor auxilia na divulgação da informação postada pela SPM. A quantidade de comentários é pequena (20) e se resume a expressões da opinião dos leitores em relação à informação divulgada. Não há resposta da SPM para esses comentários.

A mesma situação é vista no twitter da SPM, no qual a quantidade de respostas (4) é bem pequena comparada com o de retweets (338) e favoritos (116)<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> Os favoritos equivalem a uma curtida.



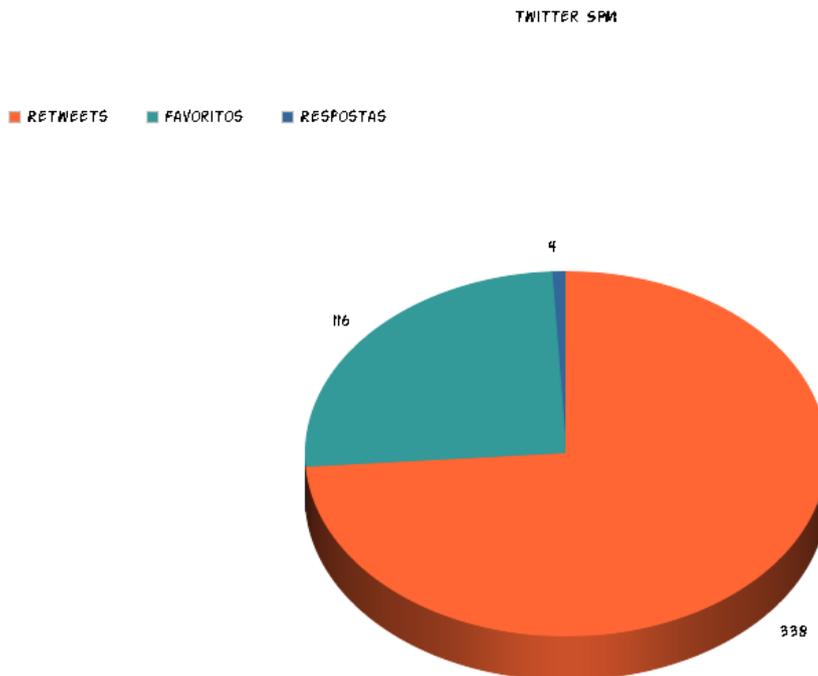


Gráfico 5 – Total de Reweets, Favoritos e Respostas do perfil Twitter da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres – SPM, janeiro/2014.

Esses são os dados apurados ao longo do ano de 2013 acerca da pesquisa, mas, cabe perguntar como esses dados ajudam a responder as questões apresentadas pela pesquisa. No próximo tópico, apresentaremos algumas conclusões acerca destes dados e apresentaremos os passos metodológicos que podem auxiliar a uma ampliação acerca da compreensão do tema.

#### 4 CONCLUSÕES E PRÓXIMOS PASSOS DA PESQUISA

Em princípio, os dados assinalados acima demonstram algumas inferências que já estavam presentes quando do início da pesquisa e que também estão presentes em outros trabalhos sobre o tema<sup>10</sup>: muita informação; pouca interação. Entretanto, cabe questionar se facebook e twitter se colocam como ferramentas para a interação e, mais uma interação que se proponha a aprofundamento e ampliação da democracia.

<sup>10</sup> Pinho (2008); Morais (2010); Pinho (2012); Cerquinho (2014)



Por outro lado, a comparação entre esses casos possibilita indicar que os seguidores dos perfis são cidadãos *simpatizantes da causa*. Eles curtem – o que indica que de alguma forma aquele conteúdo os afeta, e isso pode ser um indicador de identidade. Na literatura mais recente sobre democracia e participação mostra que *estar identificado* é um valor fundamental para construção de uma cidadania ativa, pois trata-se de um sentimento de pertencimento (*belonging*).<sup>11</sup>

Também as pessoas que seguem esses perfis, compartilham suas idéias e difundem a informação. O que há por trás disso? Só uma incursão mais direta com essas pessoas pode responder, mas, é possível, ainda que previamente, que esse “difundir” também pode ser um indicador de cidadania ativa e participação, conforme descrito na análise de Tocqueville (1984).

Nesse sentido, alguns procedimentos metodológicos parecem ser importantes para aprofundar o que esses dados apontam. Enumeramos alguns deles, os quais constituem os próximos passos da pesquisa:

- a) Realização de entrevistas com gestores da área de comunicação destes Ministérios. Nesse sentido, em fevereiro de 2013 conversamos com uma das gestoras da SEPPIR e muitos foram os eixos abordados. Um deles refere-se ao papel que a presença de um organismo de governo voltado para reparação de direitos cumpre. Nesse sentido, mais do que a interação um perfil governamental serve para estimular a discussão de temas e conflitos recorrentes na agenda governamental;
- b) Identificação de posturas recomendadas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República– SECOM/PR para uso de redes sociais. Em outubro de 2012, a SECOM publicou um manual de orientações para atuação em redes sociais. Nele estão descritas um conjunto de posturas que um gestor de comunicação deve seguir. Cabe investigar se estas posturas são colocadas em prática e se a prática delas possibilita maior interação entre os cidadãos e o governo.

---

<sup>11</sup> Sobre isso ver Dagnino (1996)



- c) Realização de enquetes/pesquisa com os seguidores dos perfis. Esse recurso pode ser útil, pois ele permite uma interpretação do ponto de vista de quem segue os perfis, mapeando seus interesses, suas visões, suas noções de democracia e participação. Recente estudo ( Cerquinho, 2014) feito com *cidadãos usuários do Facebook* demonstra que os interesses da população está muito relacionado com a obtenção da informação e a ampliação do conhecimento sobre direitos do que com o processo decisório inerente à atividade governamental.
- d) Realização dos outros estudos de caso: Ministério do Meio Ambiente - MMA, Ministério da Agricultura, Pesca e Abastecimento – MAPA e Ministério do Planejamento e Orçamento – MPOG, buscando identificar um padrão diferente do que encontrado até agora nos perfis analisados.

De acordo com a exposição feita ao longo deste texto, podemos finalizar essa discussão apontando que este é um campo a ser descoberto nas suas múltiplas interações e possibilidades e, que a nossa pesquisa pretende contribuir trazendo reflexões que nos auxiliem a pensar alternativas para – ainda florescente – democracia brasileira, cuja questão é a que instiga esse painel: *o que há de novo sob os céus das democracias?*

## 5 REFERÊNCIAS

BRUYNE, P. de.; HERMAN, J. ; SCHOUTHEETE, M. de. **Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais**. 5 ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves; 1991.

CERQUINHO, Kleomara Gomes. **Governo Eletrônico: a gestão da relação Estado-Sociedade no uso da Internet**. Tese de Doutorado defendida junto Centro de Pós Graduação e Pesquisa em Administração – CEPEAD/ Faculdade de Ciências Econômicas (FACE). Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Orientador(a). Profa. Dra. Ana Paula Paes de Paula. Belo Horizonte, 2014.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1995.

DAGNINO, Evelina. Os movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania. DAGNINO (org.). Anos 90: política e sociedade no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1996 ( reimpressão 2004).



FARRANHA, Ana Claudia; REIS, João Carlos da Silva. Ministério do Desenvolvimento Agrário e Redes Sociais: quando comunicar a política pode ser uma forma de torná-la sustentável. In: MATOS, K.S.A.L. (org) **Educação Ambiental e Sustentabilidade IV**. Fortaleza: Edições UFC, 2013.

FARRANHA, Ana Claudia. A administração pública e participação: é possível mais democracia por meio das redes sociais? In: **CONGRESSO CONSAD DE GESTÃO PÚBLICA**, 5, 2012, Brasília. Anais....

\_\_\_\_\_. Mecanismos para a construção da transparência: uma breve análise do percurso da democracia. In: **CONGRESSO CONSAD DE GESTÃO PÚBLICA**, 6, 2013, Brasília. Anais...

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA). **Perfil oficial no Facebook**. Disponível em <https://www.facebook.com/mdagovbr?fref=ts>. Consultado em maio de 2013.

\_\_\_\_\_. **Perfil Oficial no Twitter**. Disponível em [https://www.facebook.com/mdagovbr/app\\_116943498446376](https://www.facebook.com/mdagovbr/app_116943498446376). Consultado em julho de 2011.

MORAIS, Kátia S. **Mídias Sociais e a Participação Política em Ambiente Digital no Brasil: estudos de caso no governo federal**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração. Orientador: Prof. Dr. José Antônio Gomes de Pinho, Salvador, 2010.

PINHO, José Antonio Gomes de. (org). **Estado, sociedade e interações digitais: expectativas democráticas**. Salvador, EdUFBA, 2012

\_\_\_\_\_. Investigando portais de governo eletrônico de estados no Brasil: muita tecnologia, pouca democracia. **Revista de Administração Pública**, 42 (3): 471-93. Rio de Janeiro, 2008.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo:Atlas, 1999.

ROCHA, Maria Célia Furtado. (2009), **Arquitetura da Informação para o Diálogo Governo - Cidadão através da Red.PRODEB – Cia. de Processamento de Dados do Estado da Bahia. 3º EBAI – Encontro Brasileiro de Arquitetura de Informação.**, 2009.

SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES (SPM). **Perfil Oficial no Facebook**. Disponível em <https://www.facebook.com/SPMulheres?ref=ts&fref=ts>. Consultado em janeiro de 2014.



SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES (SPM). **Perfil Oficial no Twitter**. Disponível em <https://twitter.com/SPMulheres>. Consultado em janeiro de 2014.

SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA IGUALDADE RACIAL (SEPPIR). **Perfil oficial no Facebook**. Disponível em <https://www.facebook.com/Seppir?fref=ts>. Consultado em junho de 2013.

\_\_\_\_\_. **Perfil Oficial no Twitter**. Disponível em [https://www.facebook.com/Seppir/app\\_2231777543](https://www.facebook.com/Seppir/app_2231777543). Consultado em março de 2013.

TOCQUEVILLE, Alexis. **La democracia en América**. Fondo de Cultura Económica, 1984.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 28.



**Anexo I**

**PESQUISA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E REDES SOCIAIS**

Instrumento de monitoramento da informação (para uso de pesquisadores)

Ministério:

Informação:

Data de divulgação:

twitter                       facebook

Natureza:

divulgação de programas e políticas

notícia sobre atuação do Ministério

informação de utilidade pública

ato oficial

informação de agenda/evento

outra

Há manifestação acerca da informação divulgada:

sim       não

De que tipo:

---

---

---

---

---

Comentário/ análise do pesquisador:

---

---

---

---

---

---

---



---

**AUTORIA**

**Ana Claudia Farranha** – Universidade de Brasília (UnB).

Endereço eletrônico: [anclaud@uol.com.br](mailto:anclaud@uol.com.br)

**Viviane Silva** – Universidade de Brasília (UnB).

Endereço eletrônico: [santos.vivi2@gmail.com](mailto:santos.vivi2@gmail.com)

**João Carlos S. Reis** – Universidade de Brasília (UnB).

Endereço eletrônico: [joaocarlos.silvareis@live.com](mailto:joaocarlos.silvareis@live.com)

**Thaís Magalhães** – Universidade de Brasília (UnB).

Endereço eletrônico: [thaismrosa95@gmail.com](mailto:thaismrosa95@gmail.com)

