



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS

CURSO: ADMINISTRAÇÃO

LINHA DE PESQUISA: Gestão Estratégica da Informação

ÁREA: Gestão de Sistemas de Informação

LUCAS DA SILVA VIEIRA

RA 21460188

**O ESTADO INFORMACIONAL: FLUXO DE INFORMAÇÃO, ATORES,
LAÇOS E CENTRALIDADES NAS REDES SOCIAIS DO METRÔ-DF**

Brasília
2017

LUCAS DA SILVA VIEIRA

**O ESTADO INFORMACIONAL: FLUXO DE INFORMAÇÃO, ATORES,
LAÇOS E CENTRALIDADES NAS REDES SOCIAIS DO METRÔ-DF**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Orientadora: M^a Carolina de Souza Scott Mairinque

Brasília
2017

LUCAS DA SILVA VIEIRA

**O ESTADO INFORMACIONAL: FLUXO DE INFORMAÇÃO, ATORES,
LAÇOS E CENTRALIDADES NAS REDES SOCIAIS DO METRÔ-DF**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Brasília, 17 de outubro de 2017.

Banca Examinadora

Prof. (a): Carolina de Souza Scott Mairinque
Orientadora

Prof. (a):
Examinador(a)

Prof. (a):
Examinador(a)

Brasília
2017

O ESTADO INFORMACIONAL: FLUXO DE INFORMAÇÃO, ATORES, LAÇOS E CENTRALIDADES NAS REDES SOCIAIS DO METRÔ-DF

Lucas da Silva Vieira¹

Carolina de Souza Scott Mairinque²

RESUMO

Este trabalho discute as características do Estado Informacional e as ações de incentivo para o acesso à informação e a prática da cidadania, partindo da apresentação de pesquisa realizada junto às redes sociais da Companhia do Metropolitan do Distrito Federal, obtida por um roteiro de observação e do método de análise de redes sociais. Para compreender como a Companhia do Metropolitan do Distrito Federal utiliza as redes sociais para divulgar informações de interesse público e como é a interação desses cidadãos com as informações divulgadas. Este trabalho tem como principal objetivo caracterizar as redes sociais do Metrô-DF enquanto redes de política que visam divulgar informações de interesse público para o exercício da cidadania e como objetivos específicos caracterizar as redes sociais do Metrô Brasília, evidenciando a quantidade e algumas características dos cidadãos seguidores; evidenciar como os mesmos interagem com a rede social e com as informações são divulgadas; e, por fim, caracterizar o tipo de informação divulgada quanto ao papel da empresa pública de dar acesso à informação aos cidadãos e usuários. Após analisar as redes sociais, encontrando os atores centrais, os laços sociais e os fluxos de informações, verificou-se que apesar de existirem publicações semanais, os dados indicam redes formadas por laços fracos, um ator central em cada rede e classificações de conteúdo nas publicações de informação. Como agenda futura, sugere-se a realização da pesquisa em outras empresas metroviárias do Brasil.

Palavras-chave: Estado Informacional. Redes Sociais. Cidadania.

¹ Graduando em Administração pelo Centro Universitário de Brasília. Luccas.dsv@gmail.com.

² Professora do Centro Universitário de Brasília dos cursos de graduação em Administração e Pós-graduação em Gestão Empreendedora, Comunicação em Redes Sociais e Marketing Digital. Relações Públicas com especialização e mestrado em Ciências da Informação. Carolina.mairinque@uniceub.br.

1 INTRODUÇÃO

O acesso à informação no Brasil é um direito previsto na Constituição Federal vigente que se estende a todo brasileiro (BRASIL, 1988), ratificado pela lei complementar nº 131 de 27 de maio de 2009, a chamada Lei da Transparência, que reconhece a importância da informação, gerando a obrigação de compartilhamento da gestão financeira estatal e de seus recursos, entre outros.

Em 2011, foi promulgada a Lei de Acesso à Informação (LAI), símbolo do exercício do direito à informação, que garante ao cidadão o acesso à informação relativa a toda e qualquer esfera estatal e suas entidades, incluindo suas respectivas autarquias, agências e empresas públicas.

Antes da Constituição Federal de 1988, o acesso à informação não era reconhecido como direito fundamental, inexistindo leis que oferecessem garantia desse acesso às pessoas. Durante o período ditatorial, as informações eram altamente controladas e monitoradas pelo Estado, que criava órgãos específicos para essa demanda.

Quando as informações se tornam públicas e acessíveis, como parte das políticas de um Estado, influenciam diretamente o exercício da cidadania, como afirma Araújo (1999). Assim, de acordo com Barreto (1993), corroboram para o processo participativo das diversas camadas da sociedade.

Com novas tecnologias emergentes, em especial a internet, o Estado necessitou assumir novos formatos, diferentes formas de se relacionar com a população e exercer o seu papel de soberania. Ou seja, um Estado Informacional, em que a informação proporciona poder. Desse modo, com as redes sociais, o poder público se comunica em rede, cada vez mais presente para obter maior poder de articulação e interação entre o local e o global (CASTELLS, 1999).

Segundo pesquisa realizada na base de dados do portal de periódicos CAPES, 136 artigos foram publicados no ano 2016 em diante, com teor semelhante aos abordados aqui, mostrando o crescente interesse acadêmico diante deste tema. Identifica-se a justificativa social da importância de se demonstrar como as entidades públicas fornecem a informação para a sociedade.

O Metrô- DF, empresa pública de direito privado, segue as diretrizes do Estado e este trabalho busca compreender as seguintes questões: Como a Companhia do Metropolitan do Distrito Federal utiliza as redes sociais para divulgar informações de

interesse público e como é a interação desses cidadãos com as informações divulgadas?

Para responder a tal indagação, o presente estudo apresenta como objetivo geral caracterizar as redes sociais do Metrô-DF enquanto redes de política que visam divulgar informações de interesse público para o exercício da cidadania. Para cumprir o objetivo geral, este estudo apresenta como objetivos específicos: caracterizar as redes sociais do Metrô-DF, evidenciando a quantidade e algumas características dos cidadãos seguidores, evidenciar como os mesmos interagem com a rede social e com as informações divulgadas e, por fim, caracterizar o tipo de informação divulgada quanto ao papel da empresa pública de dar acesso à informação aos cidadãos e usuários.

Para maior compreensão, este estudo inicia-se pela análise do contexto histórico brasileiro quanto à sua transformação em um Estado Informacional, as políticas públicas de acesso à informação no Brasil, a correlação entre a informação e o exercício da cidadania e as construções de redes de política pelo poder público nas redes sociais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 DA DITADURA MILITAR AO BRASIL INFORMACIONAL

O período ditatorial do regime militar no Brasil durou cerca de 21 anos, iniciando no ano de 1964 e findando em meados de 1985, época de um governo com ditames entre autoritarismo e totalitarismo. De acordo com Bobbio (2000), as ditaduras totalitárias vão além da utilização dos meios tradicionais de poder (exército, polícia, burocracia, magistratura), pois delimitam as escolhas políticas, controlam a educação, os meios de comunicação e as organizações financeiras. Além disso, também podem coagir a sociedade com publicidade e na formação social dos seus indivíduos, enraizando seus princípios com o fim de serem aceitas.

A ditadura militar opunha-se ao regime democrático, uma vez que diversos direitos civis e políticos foram suprimidos. Conseqüentemente, o Estado totalitário de exceção foi se caracterizando cada vez mais, por intermédio dos Atos Institucionais baixados com o fim de cancelar seus poderes.

Ao todo, foram promulgados 17 Atos Institucionais, pelos quais os militares se baseavam legalmente para a continuidade no poder, sendo o mais rigoroso o AI-5, que tornou a intervenção do Estado praticamente ilimitada, por meio do qual poderia decretar a intervenção nos estados e municípios sem as limitações previstas na Constituição, suspender os direitos políticos de quaisquer cidadãos pelo prazo de 10 anos e cassar mandatos eletivos federais, estaduais e municipais, além outras providências (BRASIL, 1968).

Conforme Brasil (1968), sob a égide da reconstrução econômica, financeira, política e moral do país, haveria a excepcionalidade dos atos decretados pelo Presidente da República, sendo que seus decretos não teriam a necessidade de passar por crivo judicial-legal, uma vez que teriam força para extrapolar os limites da Constituição. O Estado então poderia intervir em todas as esferas, públicas ou privadas, cessando direitos políticos ou de liberdade, de acordo com a necessidade soberana da República.

Nesse período, o Estado já possuía total conhecimento de que o controle da informação seria essencial para a longevidade no poder. Então, ao suspender o processo democrático, foram criados órgãos para controle de dados e informações. O que mais se destaca é o SNI-Sistema Nacional de Informações. Segundo Fausto (1995), esse órgão foi criado com o objetivo de coletar e analisar informações e contrainformações, internas ou externas, para a segurança nacional, evitando a subversão das questões nacionais. Com isso, os diversos veículos de informação da época eram censurados, a fim de que toda a informação veiculada à população fosse a partir da visão do Estado, e este, por sua vez, tornava muitas de suas atividades e atuações secretas, sem acesso ao seu teor por parte dos brasileiros.

Com cerceamento dos direitos civis e o controle, velado em certos casos, dos veículos de imprensa, como demonstrado a seguir:

Em um primeiro momento, entre 1968 e 1975, a censura assume um caráter amplo, agindo indistintamente sobre todos os periódicos. De 1968 e 1972 tem-se uma fase inicial em que há uma estruturação da censura, do ponto de vista legal e profissional, e em que o procedimento praticamente se restringe a telefonemas e bilhetes enviados às redações. Na segunda fase (de 1972 a 1975) há uma radicalização da atuação censória, com a institucionalização da censura prévia aos órgãos de divulgação que oferecem resistência (AQUINO, 1999, p.212).

Assim, além de censurar os meios de comunicação, livros e periódicos, o regime ditatorial se propunha a utilizar os dados parciais do crescimento econômico da época para perpetuarem-se no poder, caracterizando o momento como milagre econômico, que segundo Fausto (1995) foi proporcionado por uma soma de variáveis, internas e externas, que superavam as ações de controle econômico adotadas pelo governo.

Com o fim do milagre econômico, devido a diversos fatores econômicos externos e internos, acentua-se a crise e o regime autoritário, paulatinamente, começa a dar lugar a um regime mais democrático, culminando na Constituição Federal de 1988, em que o acesso à informação, que além de ser um dos objetivos da pesquisa, passa a ser considerado também como um direito fundamental do cidadão.

Para Bobbio (1982), nesse momento o Estado, ao se moldar em um formato de governo democrático, com a emancipação da sociedade em relação a si, transforma-se em Estado-Social, em que a sociedade se torna participativa e mediadora do poder e, de acordo com Bresser-Pereira (1999), estrutura-se em sociedade civil, a fim de se transformar em ator principal nas reformas organizacionais, sejam do Estado ou do mercado.

Com o advento das novas tecnologias de informação e comunicação, em especial com o expressivo aumento do acesso das pessoas à internet, o Brasil passa a se apresentar, segundo Braman (2006), como um Estado Informacional, em que o exercício da autoridade está nas formas de utilização da informação, alterando os limites da autonomia do Estado, criando possibilidades, aumentando o seu controle e o domínio sobre a informação. De acordo com Bourdieu (1996), nesse Estado o poder é exercido por meio da concentração, análise e redistribuição da informação. Pinheiro (2012), salienta que ele é um Estado que, principalmente, desenvolve meios coesos de governar, evitando a dispersão na rede, e objetiva gerar conteúdo e inteligência, com identificação agregadora nas relações de poder.

2.2 DAS POLÍTICAS DE ACESSO À INFORMAÇÃO

Como dito anteriormente, a informação no Brasil é um direito previsto pela Constituição Federal a todo brasileiro, no artigo 5º, parágrafo XIV, que assegura a todos os brasileiros o acesso à informação, resguardando o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional. Bem como no parágrafo XXXIII, que dispõe sobre

o direito ao acesso da informação pública pelo cidadão. Entretanto, até pouco tempo não havia leis que efetivamente regulassem o acesso às informações de interesses públicos originárias das entidades públicas.

Em 2009, a Lei Complementar nº 131, de 27 de maio de 2009, a Lei da Transparência, começa a mudar a percepção da importância do acesso do público às informações, uma vez que obriga todas as instituições governamentais a disponibilizarem informações sobre suas execuções orçamentárias e financeiras.

Na busca por um grande passo rumo à inclusão da população às informações públicas, foi promulgada a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, intitulada de Lei de Acesso à informação (LAI), considerada símbolo do exercício do direito ao acesso à informação pública. Ela discorre a respeito da regulamentação ao acesso à informação, garantindo o acesso a qualquer periódico ou informação relativos aos Poderes Executivo, Judiciário e Legislativo, Tribunais, Ministérios ou as diversas entidades controladas, direta ou indiretamente, pelo estado, em todas as esferas: federal, estadual, municipal ou distrital.

2.3 INFORMAÇÃO E O EXERCÍCIO DA CIDADANIA

Em um conceito comumente difundido, a cidadania é o exercício dos diversos direitos e deveres legais que uma pessoa possui, em especial o direito político, pelo qual ela tem a possibilidade de atuar nos campos da Administração Pública. Entretanto, o conceito de cidadania no estado democrático tem a função de tornar os diversos níveis sociais participativos, o que vai além do poderio político, consoante Barreto (1993), a cidadania no estado democrático é efetivamente exercida quando há participação das pessoas no campo político e no sistema econômico.

Em uma sociedade democrática, a informação caracteriza-se como matéria-prima para o exercício da cidadania. Araújo (1999) afirma que a prática cidadã em uma sociedade é diretamente proporcional ao acesso à informação, uma vez que o simples exercício dos direitos, sejam eles de caráter político, civil, social, ou até mesmo para a elaboração de deveres, são dependentes da divulgação ampla dos mesmos.

O Estado tem por responsabilidade organizar e distribuir a informação, de tal forma que torne a sociedade civil um ator de mudanças. Em “outros termos, a

informação adequada, e bem distribuída, constitui simultaneamente um instrumento de cidadania e de racionalidade do desenvolvimento social” (DOWBOR, 2004, p. 2).

Atualmente, a sociedade se desenvolve de forma diferente devido às mudanças causadas pelas novas tecnologias de informação e comunicação. A possibilidade de mobilizar e socializar com diversas pessoas torna as redes sociais um instrumento valioso no envolvimento social. Subirats (2011) reitera que se almejamos uma sociedade viva, uma política compartilhada, os espaços que permitem maior acesso e mais ideias compartilhadas dão suporte para que a cidadania e a inclusão sejam debatidas.

Nesse âmbito, as redes sociais criam novos campos, novos espaços sociais e arranjos da sociedade civil, gerando grandes transformações no poder público e em suas políticas, e o Estado é instigado a promover ações para que a máquina pública funcione neste contexto.

2.4 SOCIEDADE EM REDES SOCIAIS

A revolução tecnológica impulsionou a globalização, transformando as formas de interação social nos mais diversos nichos. O Estado agora se comunica em forma de rede e não possui o total controle sobre o fluxo de informações a que as pessoas se submetem, necessita agora descentralizar o seu poder, atuando em cada parte da rede da qual faz parte, o que torna sua forma de governar mais articulada, mediando as interações entre o local e o global, caracterizando-se então, como Estado-Rede (CASTELLS, 1999).

Para Castells (1999), as redes podem ampliar ilimitadamente, integrando outros nós, gerando comunicação entre eles, compartilhando objetivos, transformando o sistema em aberto, sendo propício à inovação com equilíbrio.

A partir desta proposição, podemos afirmar que as redes sociais apresentam “um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (MARTELETO, 2001, p. 72).

Uma rede social pode ser definida pela soma de dois aspectos: os atores, instituições ou grupos, que formam os nós de uma rede, e as conexões entre eles, chamados de laços sociais (WASSERMAN e FAUST, 1994).

Os atores se caracterizam como nós das redes. São pessoas, grupos ou organizações, que interagem entre si, geram laços e formam novas estruturas. Na

internet, os diversos perfis e comunidades que evidenciam uma voz ativa são considerados atores (RECUERO, 2009).

Já as conexões são as interações entre os atores que formam laços entre os nós, o que caracteriza os comentários nas redes sociais virtuais, *tweets*, listas nos serviços de *streaming* ou mensagens de serviços virtual de sms como sendo um laço de rede (RECUERO, 2009).

A análise de redes representa os fluxos de informação em uma rede, evidenciando os atores, os laços com seu nível de força e a hierarquia em que se apresentam os envolvidos, de acordo com as centralidades dos mesmos.

Para Granovetter (1982), os laços podem ser classificados como fracos, quando as relações ou interações são escassos e limitados, ou fortes, quando há maior nível de envolvimento.

Em uma rede, é possível perceber graus de importância nas interações entre os atores. Quanto mais alto esse grau, mais centralizado na rede e, por conseguinte, mais conexões possui, obtendo maior influência na rede (RECUERO, 2009). Marteleto (2001) elucida que as centralidades dizem respeito às trocas proporcionadas pela comunicação entre indivíduos. Em conformidade com a ideia de rede, o posicionamento dita o nível de poder que um indivíduo possui, de modo que quanto mais central, mais acesso informacional e mais poder, então, ele possui.

Marteleto (2001) ainda disserta que as redes sociais superam estruturas hierárquicas, agregando valor aos diversos elos informais e as suas relações, configurando as novas formas em que os indivíduos propõem novos métodos, organizando ações e o próprio desenvolvimento das redes e as organizações humanas em todas as estruturas modernas, evidenciando a intelectualidade dos atores em influenciar muito além do seu local, sendo intermediados pela rede.

Por isso, as redes sociais tornaram-se importantes no processo de gestão das ações do Estado-rede (CASTELLS, 1999), tendo em vista que suas políticas públicas se baseiam nas diversas interações que mantêm com os entes não governamentais, buscando maior alcance de suas ações, participação, efetividade, assertividade, otimização de tempo e recursos.

2.5 DA CONSTRUÇÃO DE REDES DE POLÍTICA

Börzel (1997) diz que o conceito de comum entendimento das diversas disciplinas, com uma definição mínimamente difundida, traz que as redes de políticas são um conjunto de relações com relativa estabilidade, que ligam diversos atores que compartilham interesses comuns, apresentando por referência uma política e que trocam recursos para perseguir esses interesses compartilhados, admitindo-se que a cooperação é a melhor maneira de alcançar metas comuns.

As redes em que o Estado interage com os diversos atores que não fazem parte de sua estrutura são denominadas Redes de Política (MOURA e SILVA, 2008). Nelas, atores se arranjam com o objetivo de ampliar a interação entre Estado e não Estado, formando diversas correntes de decisão e ação, transpondo limites e barreiras físicas (GONZÁLES DE GÓMEZ, 2002).

No Estado Informacional, as redes políticas, redes sociais, representam “os novos arranjos relacionais do Estado” (GONZÁLES DE GÓMEZ, 2002, p. 29). Ele busca, nas diversas interações com a rede, adquirir e disseminar informações, como forma de ratificar a sua hegemonia e atuar nos diversos nós (CASTELLS, 1999) para gerar valor, recursos acessíveis a todos os integrantes da rede, a título de capital social (RECUERO, 2009).

3 METODOLOGIA

A metodologia é a fase em que os procedimentos adotados para a prática da pesquisa são descritos, no entanto, é estruturada de acordo com as particularidades de cada pesquisa (GIL, 2008). Vergara (2016) sustenta que existem dois critérios básicos para caracterizar uma pesquisa, que são: quanto aos fins e aos meios. Quanto aos fins, este estudo se classifica como uma pesquisa descritiva, porque visa descrever os diversos aspectos das redes sociais em questão. Quanto aos meios, se define como um estudo de caso, pois visa investigar como a empresa divulga informações de interesse público para o exercício da cidadania.

Para Yin (2001), as questões “como” e “por que” são geralmente abordadas pelo estudo de caso, que se configura como uma investigação empírica, que pode ser qualitativa, lidando com evidências de fenômenos contemporâneos e da vida real. Essa investigação será orientada por um roteiro de observação, construído a partir dos conceitos descritos pelo referencial teórico.

3.1 Universo da Pesquisa e Caracterização da Amostra

O universo da pesquisa são as redes sociais do METRÔ-DF. Atualmente a Companhia do Metropolitano do Distrito Federal possui perfis ativos no Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Google+, LinkedIn e WhatsApp.

Para os fins deste estudo, foram escolhidos o Facebook e o Instagram, pois a organização detém perfis com quantidades expressivas de seguidores nessas plataformas, além do fato de essas redes possuírem grande importância e adesão pela maioria dos internautas, como aponta a pesquisa realizada pelo Ibope (2017), que concluiu quais as redes sociais mais utilizadas pelos internautas brasileiros e as cinco mais utilizadas foram: WhatsApp, Facebook, Instagram, Messenger e Twitter.

3.2 Instrumentos de Coleta e Análise de Dados

Para que o objetivo proposto seja alcançado, utilizaremos como ferramentas de coleta e análise de dados, um roteiro de observação, desenvolvido a partir dos estudos do referencial teórico.

Das teorias até aqui apresentadas, as que se sobressaem para construção do roteiro são: os conceitos de cidadania, acesso à informação e a sua importância ao desenvolvimento da democracia (BARRETO, 1993; ARAÚJO, 1999; DOWBOR, 2004); as redes sociais, seus atores, laços e centralidades (CASTELLS, 1999; MARTELETO, 2001; WASSERMAN e FAUST, 1994; RECUERO, 2009); a construção de redes de política (GONZÁLES DE GÓMEZ, 2002; CASTELLS, 1999; RECUERO, 2009; BÖRZEL, 1997).

3.2.1 Roteiro de Observação

A observação será realizada nos departamentos responsáveis pela comunicação da empresa, analisando o fluxo de informações das redes sociais a partir de 17 de março de 2017 até 19 de junho (no Facebook) e até 28 de junho (no Instagram), de acordo com o roteiro do quadro a seguir, com cinco itens a serem observados:

Quadro 1. Roteiro de observação das Redes Sociais do Metrô-DF

Item a ser observado	Objetivo	Ações
Caracterização das Redes	Evidenciar a quantidade e algumas características dos cidadãos seguidores.	Descrever o histórico de uso e a quantidade de seguidores.
Atores Sociais (Nós)	Evidenciar a quantidade e algumas características dos cidadãos seguidores	Identificar os atores integrantes da rede do Metrô, descrevendo e classificando-os em grupos ou subgrupos para saber quem são, quantos são, gênero, local onde moram e escolaridade.
Laços (Conexões)	Evidenciar como os seguidores interagem com a rede social.	Verificar a frequência de participação dos atores em rede, seus vínculos, caracterizando-os como fortes ou fracos, de acordo com seu envolvimento.
Centralidades	Evidenciar como os seguidores interagem com as informações divulgadas.	Verificar a quantidade de pessoas que interagem com as informações e verificar se há atores centrais nas redes sociais.
Fluxo de informações	Caracterizar o tipo de informação divulgada quanto ao papel da empresa pública de dar acesso à informação aos cidadãos e usuários	Verificar a quantidade de publicações geradas. Levantar a quantidade de informações semanais.
Informação para a Cidadania	Caracterizar o tipo de informação divulgada quanto ao papel da empresa pública de dar acesso à informação aos cidadãos e usuários	Caracterizar as informações divulgadas pelo Metrô. Classificando-as de acordo com seu conteúdo.

Fonte: elaborado pelo autor.

3.3 Resultados Esperados

Espera-se que a aplicação do roteiro demonstre como os cidadãos interagem com as redes sociais da empresa, suas características, os tipos de laços evidenciados, as centralidades encontradas, o fluxo de informações, as características das informações e se o papel da empresa em manter os cidadãos informados está sendo cumprido.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

4.1 Caracterizando a rede: Facebook

A página oficial da Companhia do Metropolitano do Distrito Federal (Metrô-DF) no Facebook chama-se Metrô Brasília. Possui publicações ativas desde janeiro de

2015, com um número de 9.098 de pessoas curtindo e 9.121 pessoas seguindo a página, até 01 de outubro de 2017.

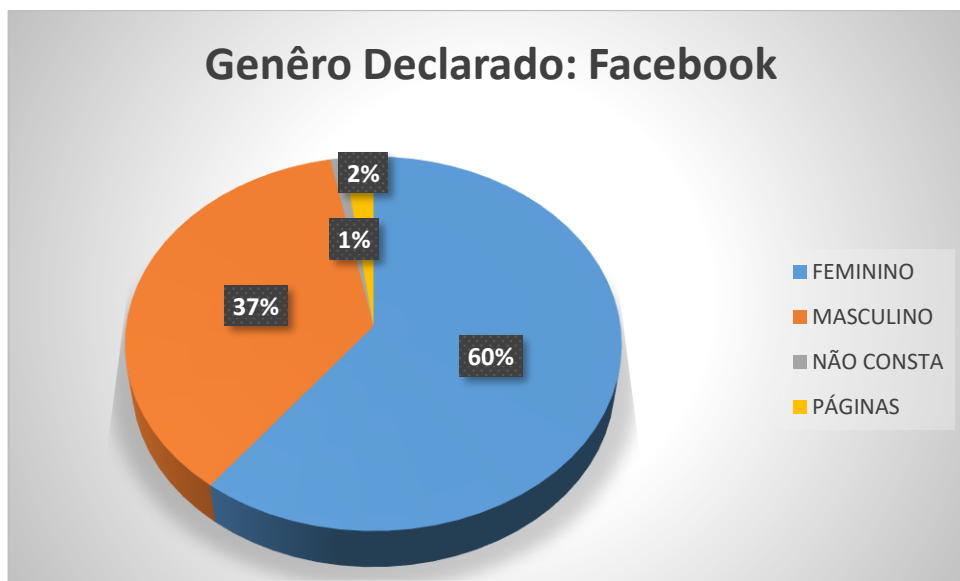
Na descrição de sua página³ na rede, o Metrô não detalha informações sobre o objetivo de uso da página, apenas o site institucional da empresa e telefones para contato.

4.1.1 Atores da Rede

Apesar de possuir 9.121 seguidores, no tempo observado, foi identificada a participação 849 perfis de usuários diferentes, com interações baseadas em curtidas, comentários, respostas a comentários e compartilhamentos realizados.

Os gráficos de 1 a 3, apresentam as características encontradas nos perfis dos atores.

Gráfico 1 - Gêneros dos Perfis Analisados

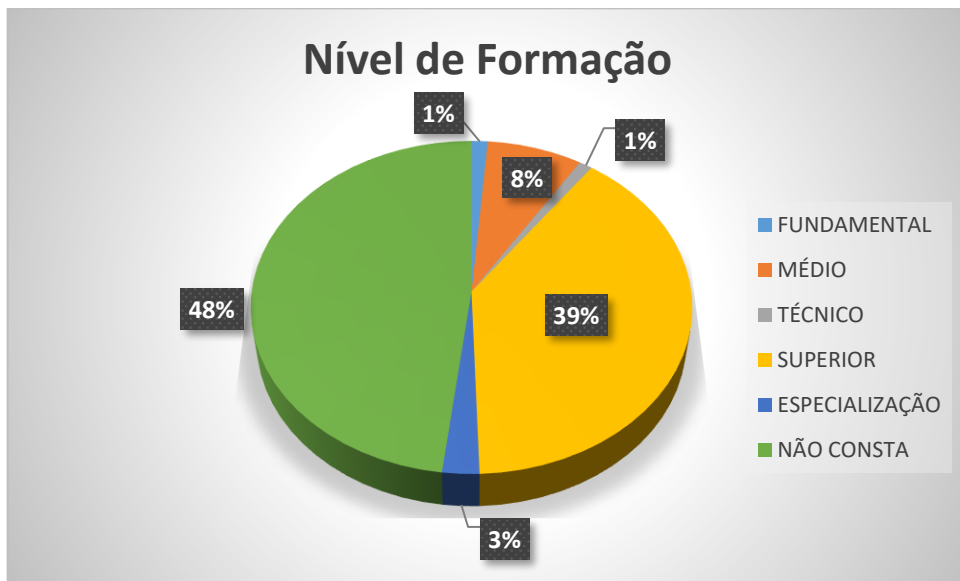


Fonte: elaborado pelo autor.

No Gráfico 1 é possível verificar que a maior parte dos perfis são de usuários do sexo feminino (60%), enquanto 37% declaram-se do sexo masculino, 2% são páginas de organizações com perfis que não se declaram a respeito do tema, 1% não disponibilizou informações.

³ FACEBOOK. Metrô Brasília. Disponível em: <https://www.facebook.com/metrobrasil/abou/>>. Acesso em: 25 set. 2017.

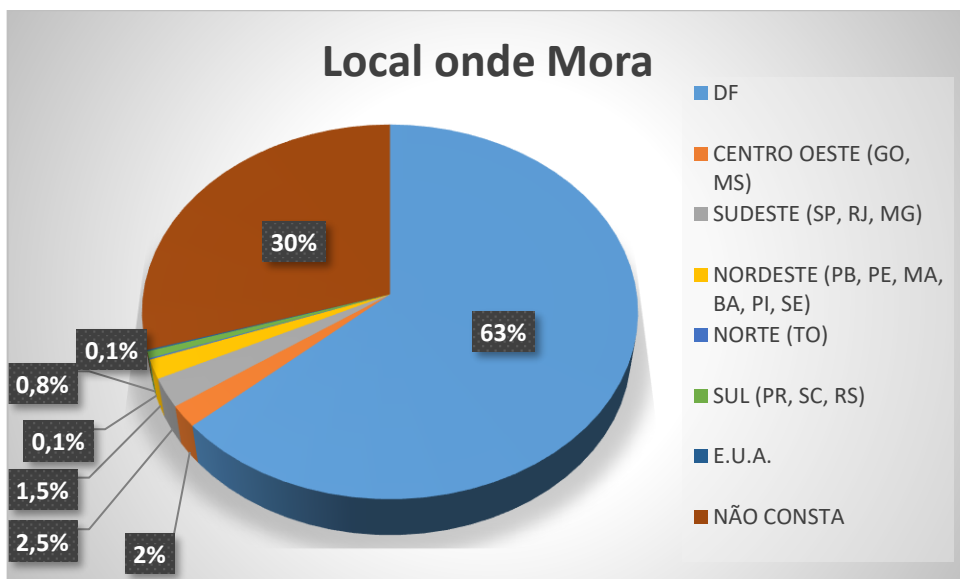
Gráfico 2 - Nível de Formação dos Atores



Fonte: elaborado pelo autor.

Quanto ao nível acadêmico, 1% possuem ensino fundamental, 8% nível médio, 1% nível técnico, 39% possuem nível superior, 3% possuem algum tipo de pós-graduação entre especialização, mestrado e doutorado. Por fim, 48% não disponibilizam informações sobre formação acadêmica.

Gráfico 3 - Local onde mora



Fonte: elaborado pelo autor.

Em 63% dos casos, os atores se declaram moradores do Distrito Federal, 30% não informam o local de residência, e os outros participantes estão distribuídos entre as diversas regiões do Brasil e também de fora do país.

4.1.2 Laços Fortes ou Fracos: Facebook

No período observado, 7 usuários ou páginas participaram com maior frequência nas redes, com 25 ou mais interações com a página do Metrô e, mesmo assim, não há grupos participando em todas as informações publicadas. A maioria dos perfis encontrados participou em até 16 oportunidades. Desses, 583 perfis participaram apenas uma única vez em mais de três meses.

Essas informações tornam a rede como sendo formada por “Laços Fracos”, em que os atores aparecem poucas vezes nas publicações e se repetem poucas vezes ou nenhuma vez.

4.1.3 Centralidades Encontradas

Dos 7 atores mais participativos indicados, a maioria possui formação superior e moram em Brasília.

Tabela 1. Número de participações dos Usuários

CENTRALIDADES DO FACEBOOK				
USUÁRIOS	SEXO	RESIDÊNCIA	FORMAÇÃO	PARTICIPAÇÕES
L. V.	F	BRASÍLIA	PÓS	35
F. G.	F	BRASÍLIA	PÓS	32
G. S.	M	BRASÍLIA	SUPERIOR	32
G. R.	M	N/C	SUPERIOR	31
P. P.	F	N/C	N/C	29
N. L.	F	BRASÍLIA	N/C	25
S. S.	M	N/C	N/C	25

Fonte: elaborado pelo autor.

O usuário que mais apareceu na rede e, portanto, detém uma relação informacional mais estreita com a rede, é “L. V.”, significando que diante do fluxo informacional direcionado na rede, ela está em posição mais favorável, que está em vantagem com relação aos outros perfis ou, ainda, que possui maior relação de poder informacional dentro da rede.

4.1.4 Fluxo Informacional: Facebook

O período analisado abrange 91 dias de postagens realizadas pela empresa por intermédio dessa plataforma.

Durante esse intervalo de tempo, 76 publicações foram veiculadas, fracionadas em 12 semanas, tendo em média 6 a 7 publicações por semana, gerando um total de 1.731 interações.

4.1.5 Informações que fomentam a Cidadania

Ao analisar o fluxo de informações, é possível encontrar informações que classificam as postagens em 8 categorias, são elas: Geral, Curiosidades, Datas Comemorativas, Informativos, Eventos Externos, Eventos Internos, Horário de Funcionamento e Aviso de Greve.

As postagens Gerais compreendem imagens postadas sem conteúdo informacional, como as trocas de imagem e capa das páginas.

As Curiosidades são informações que elucidam elementos ou características pertinentes a Brasília, como informações sobre a composição do hino de Brasília.

Datas Comemorativas correspondem a datas culturais, cívicas e profissionais que tenham relevância no contexto em que a empresa está inserida, como o dia das mães.

Os informativos são oriundos de práticas ou ações realizadas pelo Metrô-DF ou por outros órgãos do Governo de Brasília, com o objetivo de evidenciá-las e torná-las de conhecimento público e notório. Exemplo: Campanha de combate ao assédio sexual.

São Eventos Externos, convites à programação que a Companhia do Metropolitano apoia, cuja realização seja fora de suas dependências. Exemplo: Encontro de Municípios com o Desenvolvimento Sustentável.

Os Eventos Internos são programações culturais, sociais, educativas ou de saúde realizados pelo Metrô ou por intermédio de parcerias com outras organizações, dentro de suas dependências. Exemplo: Feira de Saúde Rara.

Outro grupo identificado é o de Horários de Funcionamento, em que há avisos de prestação de serviço em horários diferenciados devido a eventos extraordinários.

Exemplo: alteração de horário no dia 26 de março devido ao jogo entre Flamengo e Vasco no Estádio Nacional.

A última classificação é a de Aviso de Greve, em que o Metrô comunica suas estratégias de funcionamento, informando possíveis interrupções de serviço, horários diferenciados e ações para minimizar as consequências do movimento paredista. Exemplo: aviso de paralisação devido à Greve Geral.

A publicação que gerou maior envolvimento no período foi a de aviso de paralisação devido à Greve Geral realizada no dia 28 de abril, proporcionando quantidade considerável de comentários diversos e múltiplas reações e compartilhamentos.

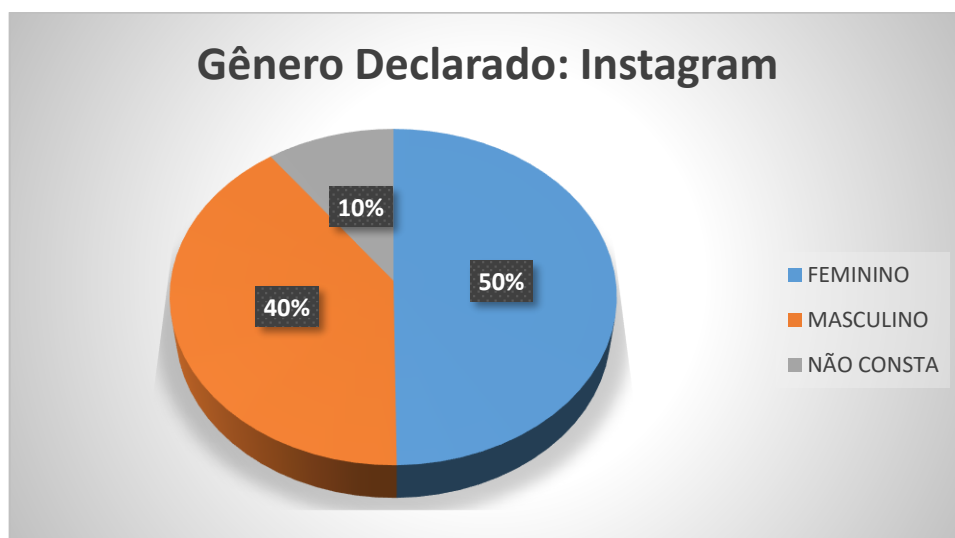
4.2 Caracterizando a rede: Instagram

O perfil oficial do Metrô Brasília no Instagram, possui 161 posts realizados, 1.003 seguidores, com informações disponibilizadas a partir de 21 de janeiro de 2015.

4.2.1 Atores da Rede

A rede possui 1.003 seguidores. No período observado foram identificados 237 atores realizando conexões por meio de curtidas e comentários nas fotos do perfil da empresa. As características levantadas nesta etapa foram relativas ao gênero. O gráfico 4, a seguir, caracteriza o gênero dos usuários encontrados.

Gráfico 4 - Gêneros: Instagram



Fonte: elaborado pelo autor.

A maioria dos usuários do Instagram são do sexo feminino (50%), enquanto 40% declaram o sexo masculino e 10% não disponibilizam referências sobre o tema.

4.2.2 Laços Fortes ou Fracos: Instagram

A rede é formada por laços fracos, pois não foram identificados atores ou grupos de atores com participação expressiva nos posts publicados.

Apenas 5 usuários curtiram ou comentaram dez ou mais vezes, enquanto 127 pessoas reagiram uma única vez.

Relacionando as informações à teoria apresentada, o grau de envolvimento dos atores se mostra pouco expressivo, se comparado ao número de seguidores existentes.

4.2.3 Centralidades Encontradas: Instagram

A tabela a seguir indica os usuários com maior frequência de participações em rede, de acordo com a quantidade de curtidas e comentários que, somados, qualificam a centralidade da rede.

Tabela 2. Número de Participações dos Usuários

CENTRALIDADES DO INSTAGRAM		
USUÁRIO	SEXO	PARTICIPAÇÕES
K. D. M.	F	14
R. A.	M	13
D. B.	F	12
L. 87.	M	11
B. S. I.	F	10

Fonte: elaborado pelo autor.

O ator com maior índice de centralidade na rede é a usuária “K. D. M.”, pois seu envolvimento demonstra relação de hierarquia, e sua posição, em relação ao fluxo de informação, favorável.

4.2.4 Fluxo Informacional: Instagram

O período analisado compreende 100 dias, em que foram promovidas 589 participações, geradas a partir de 16 publicações veiculadas na rede, fracionadas em 12 semanas e meia, com média entre 1 a 2 publicações semanais.

4.2.5 Informações que fomentam a Cidadania

Ao analisar do fluxo de informações, é possível encontrar as mesmas categorias encontradas no Facebook de assuntos Gerais, Datas Comemorativas, Informativos, Eventos Externos, Eventos Internos, Horários de Funcionamento e Aviso de Greve.

4.3 Facebook x Instagram

O formato de veiculação de informações nas redes sociais do Metrô é realizado com conteúdo e informação parecidos, mas cada um de acordo com a proposta da rede. Enquanto no Instagram há uma demanda maior de informação visual, imagens explicativas e vídeos curtos, o Facebook tem interação maior em textos ou artigos gerados por links.

Kaufman (2012), a partir dos estudos de Granovetter sobre a forças dos laços fracos, defende que os laços fracos não se caracterizam por indivíduos que compartilham conteúdo em comum, formando círculos sociais ou comunidades que compartilhem dos mesmos objetivos, pois eles formam pontes para que a informação chegue a outros atores, redes, grupos sociais que não fazem parte diretamente da rede.

A empresa pública divulga no seu site⁴ institucional que, atualmente, o Metrô-DF transporta diariamente 150 mil passageiros das cidades de Brasília às de Ceilândia e Samambaia, passando pela Asa Sul, Setor Policial Sul, Estrada Parque Indústria e Abastecimento, Guará, Park Way, Águas Claras e Taguatinga, e em seus perfis oficiais, somados, possuem pouco mais de 10 mil seguidores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

⁴ BRASÍLIA. Companhia do Metropolitano do Distrito Federal. Disponível em: <<http://www.metro.df.gov.br/>>. Acesso em: 25 set. 2017.

5.1 Conclusões

Este artigo analisou as redes sociais da Companhia do Metropolitano do Distrito Federal para identificar a sua utilização com foco na informação dos cidadãos. Para isso foi utilizado o método de análise de redes sociais, de acordo com a observação realizada.

Para o cumprimento dos objetivos específicos de caracterizar as redes sociais do Metrô, de evidenciar como funcionam a interação nas redes sociais e a divulgação das informações e de caracterizar o tipo de informação divulgada quanto ao papel da empresa pública de dar acesso à informação aos cidadãos e usuários, a pesquisa identificou e quantificou o número de atores que participam na rede, as diversas informações a eles veiculadas para caracterizar as redes, apresentando dados demográficos como sexo, grau de instrução e local de residência dos cidadãos seguidores.

Para demonstrar a interação proposta na rede, observou-se a quantidade de curtidas, reações, comentários e compartilhamentos realizados no Facebook e no Instagram, identificando e formando grupos de acordo com o conteúdo informacional presente em cada publicação veiculada pela empresa.

Dessa forma, o objetivo geral foi alcançado, por intermédio dos tópicos citados, que corroboraram para o entendimento do uso das redes sociais por meio da empresa, que se apropria das redes sociais como ferramenta informacional ao público.

Como a empresa apresenta baixa participação dos seus seguidores, as redes são compostas por laços fracos e apesar de as informações postadas terem alto valor para um cidadão que utiliza os serviços da companhia no dia a dia, podemos inferir que o papel da empresa em manter a sociedade informada por intermédio das redes sociais não tem sido satisfatório, bem como o incentivo à cidadania, haja vista que a prática cidadã só é proporcionada a partir do momento em que a informação está próxima e acessível às pessoas.

5.2 Limitações da Pesquisa

Primeiramente, algumas informações sobre os atores não foram possíveis de serem obtidas devido as barreiras de privacidade existentes nas redes sociais. O

tempo para desenvolvimento deste trabalho pode não ter contribuído para a angariação de maior quantidade de informações, necessárias a uma análise mais profunda e detalhada das redes utilizadas pela organização.

5.3 Agenda Futura

Como proposição de agenda futura, recomendam-se novos estudos em alguma das companhias metroviárias brasileiras, para verificar se possuem cidadãos mais participativos nas redes.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Eliany Alvarenga de. Informação, sociedade e cidadania: gestão da informação no contexto de organizações não-governamentais (ONGs) brasileiras. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 29, n. 2, p. 155-167, maio/ago. 1999.

AQUINO, Maria Aparecida de. **Censura, Imprensa e Estado autoritário (1968-1978):** o exercício cotidiano da dominação e da resistência: O Estado de São Paulo e Movimento. Bauru: EDUSC, 1999.

BARRETO, Vicente. O conceito moderno de cidadania. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 192, p. 29-37, abr. 1993. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/45733>>. Acesso em: 27 ago. 2017.

BOBBIO, Norberto. **O Conceito de Sociedade Civil**. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

_____. **Dicionário de Política**. 5.ed. Brasília: UnB, 2000.

BÖRZEL, Tanja. “**Qué tienen de especial los policy networks? Explorando el concepto y su utilidad para el estudio de la gobernación europea**”. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10954/2349>>. Acesso em: 10 out. 2017.

BOURDIEU, Pierre. Espíritos de Estado: Gênese e estrutura do campo burocrático. In: _____. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas, SP: Papiрус, 1996. p. 91-135.

BRAMAN, Sandra. **Change of state: Information, policy, and power**. Cambridge, MA: MIT Press, 2006.

BRASIL. **Ato Institucional nº. 5**. Promulgada em 13 de dezembro de 1968. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br//CCIVIL_03/AIT/ait-05-68.htm>. Acesso em 17 ago. 2017.

_____. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em 17 ago. 2017.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. Sociedade civil: sua democratização para a reforma do Estado. In: BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos; WILHEIM, J.; SOLA, L. (Org.), **Sociedade e Estado em transformação**. São Paulo: Unesp/Enap, 1999. p. 67-116.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DOWBOR, Ladislau. **Informação para a cidadania e o desenvolvimento sustentável**. Disponível em: < <http://dowbor.org/2004/10/informacao-para-a-cidadania-e-o-desenvolvimento-sustentavel-2.html/>>. Acesso em: 31 set. 2017.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: EDUSP, 1995.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONZÁLES DE GÓMEZ, Maria Nélide. Da política de informação ao papel da informação na política contemporânea. **Revista Internacional de Estudos Políticos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 57-93, abr. 1999.

GRANOVETTER, Mark. The strength of weak ties: a network theory revisited. In: MARSDEN, Peter V.; LIN, Nan. **Social structure and network analysis**. Beverly Hills: Sage, 1982. Cap.5, p.105-130.

IBOPE. **WhatsApp é o app de rede social mais usado pelos brasileiros**. Disponível em: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/whatsapp-e-o-app-de-rede-social-mais-usado-pelos-internautas-brasileiros/>>. Acesso em: 01 out. 2017.

KAUFMAN, D. A força dos “laços fracos” de Marc Granovetter no ambiente do ciberespaço. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 23, p. 207-218, jun. 2012.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, 2001.

MOURA, Joana Tereza Vaz de; SILVA, Marcelo Kunrath. Atores sociais em espaços de ampliação da democracia: as redes sociais em perspectiva. **Rev. Sociol. Polit.** [online], v.16, suppl., p.43-54, 2008.

PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. Estado informacional: implicações para as políticas de informação e de inteligência no limiar do século XXI. **VARIA HISTORIA**, Belo Horizonte, v. 28, nº 47, p. 61-77, jan/jun. 2012.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SUBIRATS, Joan. **Otra sociedad, ¿otra política? De “no nos representan” a la democracia de lo común**. Barcelona: Icaria Editorial, 2011.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2016.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social Network Analysis: methods and applications**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.