



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA APLICADA  
MESTRADO PROFISSIONAL EM ECONOMIA APLICADA

CRISTINA LAIS DOS SANTOS PINHEIRO

**A PRESENÇA DIGITAL DE CONSELHOS DE SAÚDE: o uso de mídias sociais no  
processo de accountability de entidades de representação social**

**CAPANEMA-PA**

**2024**

**CRISTINA LAIS DOS SANTOS PINHEIRO**

**A PRESENÇA DIGITAL DE CONSELHOS DE SAÚDE: o uso de mídias sociais no  
processo de accountability de entidades de representação social**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia Aplicada da Universidade Federal do Pará, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Economia Aplicada.

Linha de pesquisa: Planejamento e Gestão de Políticas de Desenvolvimento Regional

Orientadora: Profa. Dra. Lidiane Nazaré da Silva Dias.

**CAPANEMA-PA**

**2024**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará

Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

P654u PINHEIRO, CRISTINA LAIS DOS SANTOS.  
A PRESENÇA DIGITAL DE CONSELHOS DE SAÚDE: O USO DE MÍDIAS SOCIAIS NO PROCESSO DE ACCOUNTABILITY DE ENTIDADES DE REPRESENTAÇÃO SOCIAL/ CRISTINA LAIS DOS SANTOS PINHEIRO. — 2024.  
111 f. : il. color.

Orientador(a): Profa. Dra. Lidiane Nazare da Silva Dias  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará,  
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós- Graduação em Economia, Belém, 2024.

1. Conselhos Gestores. 2. *Accountability*. 3. Mídias sociais.  
I. Título.

CDD 657.61

---

**CRISTINA LAÍS DOS SANTOS PINHEIRO**

**A PRESENÇA DIGITAL DE CONSELHOS DE SAÚDE: o uso de mídias sociais no  
processo de accountability de entidades de representação social**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia Aplicada da Universidade Federal do Pará, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Economia Aplicada.

Data da aprovação: 03/07/2024.

Conceito: APROVADA

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profª. Dra. Lidiane Nazaré da Silva Dias  
Universidade Federal do Pará  
Orientadora

---

Prof. Dr. Marcelo Bentes Diniz  
Universidade Federal do Pará  
Membro Interno Vinculado – PPGEA UFPA

---

Prof. Dr. Francivaldo dos Santos Albuquerque  
Universidade Federal do Pará  
Membro Externo Não Vinculado

Este trabalho é dedicado à memória da minha querida avó Nazaré, que, com toda a simplicidade de quem não teve a oportunidade de frequentar a escola, fez dos meus estudos sua prioridade e se empenhou para que eu tivesse uma boa educação. Seu amor incondicional e sua sabedoria natural foram fundamentais na formação da pessoa que hoje sou. Vovó, em cada conquista minha, sua presença continua viva. Com todo o amor do meu coração e minha eterna gratidão, dedico este trabalho a você.

## AGRADECIMENTOS

Confesso que escrever esta dissertação foi uma das jornadas mais difíceis da minha vida e uma das mais gratificantes também. Nessa trajetória, inúmeros obstáculos surgiram e, graças a Deus, todos, de alguma forma, foram superados, e, neste momento, eu só tenho palavras de gratidão.

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida, por guiar meus passos e por não me deixar desistir nos momentos mais difíceis.

À Nossa Senhora de Nazaré, por sua intercessão e proteção ao longo desta jornada. Sua bondade e amor maternal têm sido uma fonte constante de conforto e esperança, minha mãezinha.

À minha família, em especial às minhas filhas, Larah Sofia e Maria Helena, e ao meu companheiro Carlos André, amigo e parceiro de todas as horas, meus amores, obrigada por me darem motivação e razão para seguir em frente. Vocês são minha inspiração diária e a maior fonte de alegria e força.

À minha orientadora, Lidiane Nazaré, agradeço imensamente pela orientação precisa e, principalmente, pela paciência e pelos incentivos constantes. Suas expertises foram fundamentais para a realização deste trabalho. Sua confiança me motivou a buscar sempre o melhor.

À Universidade Federal do Estado do Pará (UFPA) e ao Programa de Pós-Graduação em Economia Aplicada (PPGEA) por oferecerem o curso de Pós-Graduação em Economia Aplicada em Capanema-PA e me proporcionarem a oportunidade de alcançar o grau de mestre.

Agradeço à banca de qualificação, pelo aceite do convite e pelo tempo dispendido na análise e nos comentários da dissertação, que contribuíram bastante para este resultado. Meus sinceros agradecimentos ao Professor Dr. Marcelo Bentes Diniz e ao Professor Dr. Francivaldo dos Santos Albuquerque.

À minha mãe, Tereza Pinheiro, agradeço pelas palavras de incentivo e pelo amor incondicional. Seu exemplo de dedicação aos estudos em meio a tanta adversidade foi fundamental para a realização deste trabalho.

Aos meus familiares, irmãos, tias, primos, primas e sobrinhos, em especial à minha irmã Luma Cristina, aos meus primos Romário, Amanda, e à minha tia Graça por serem minha rede de apoio, agradeço imensamente por sempre me incentivarem e acreditarem em

mim. O carinho e o apoio de cada um de vocês foram essenciais para que eu pudesse manter a determinação e a força necessárias para chegar até aqui.

Aos meus amigos João Victor e Norma Katarina, meu sincero agradecimento pela ajuda na coleta dos dados e pelo suporte durante todo o processo. Sem a colaboração de vocês, este trabalho não seria possível.

Ao meu amigo Arivaldo Campos, obrigada pelo apoio e pela amizade constantes. Sua colaboração foi e é fundamental para minha jornada acadêmica.

Aos professores que direta e indiretamente me auxiliaram, em especial à professora Dra. Diana Lima, ao professor Dr. Fabricio Neves e ao professor Dr. Evaldo Silva, meu profundo agradecimento. Desde o processo de seleção para o mestrado, vocês me incentivaram e apoiaram, guiando-me com sabedoria e expertise.

Aos meus avós (in memoriam) Nazaré e Argemiro, que nunca mediram esforços para que eu tivesse educação, meus sinceros agradecimentos. Vocês são e sempre serão meus queridos e amados avós, cujo exemplo de dedicação e amor deixou uma marca indelével em minha vida.

Aos meus amigos, agradeço pela compreensão nos momentos de ausência e pelas palavras de incentivo. As conversas, as risadas e o apoio emocional fizeram toda a diferença.

Finalmente, agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho, seja com palavras de incentivo, sugestões ou simplesmente acreditando em mim. A cada um de vocês, meu sincero e profundo agradecimento.

Esta dissertação é fruto do esforço conjunto e do carinho de todos vocês. Muito obrigada!

*Eu continuo acreditando que as pessoas são realmente boas por natureza.*

Charles Chaplin



## RESUMO

Esta pesquisa analisou como o uso de mídias sociais pelos conselhos estaduais de saúde pode melhorar o processo de accountability e aumentar a participação cidadã. Para isso analisou quase 10 mil publicações nas redes sociais Facebook, Instagram e X (ex-Twitter) de 26 Conselhos Estaduais de Saúde durante o período de janeiro de 2019 a agosto de 2023, abarcando o período anterior, durante e após a pandemia da COVID -19. Os dados evidenciaram uma diferença substancial na utilização das plataformas entre as distintas regiões do Brasil, com os conselhos das regiões Sul e Sudeste se destacam pela maior atividade digital em comparação com os das regiões Norte e Nordeste, os quais demonstraram uma presença mais discreta online, com menos postagens e interações com o público em geral. Uma descoberta relevante do estudo foi a preferência pelo uso do Facebook seguido pelo Instagram entre os conselhos de saúde analisados; por outro lado o X foi a plataforma menos utilizada, indicando uma oportunidade subutilizada de comunicação efetiva com a sociedade. As áreas mais comuns de publicações nas postagens dos conselhos estaduais de saúde foram sobre divulgação da agenda de atuação do conselho, divulgação das atividades realizadas pelo conselho, e incentivo à participação da população. Por outro lado, pouco se publicou sobre prestação de contas dos recursos recebidos para atuação do conselho, denúncias, e divulgação na íntegra de relatórios e documentos elaborados pelo conselho. O estudo concluiu que as redes sociais e outras tecnologias digitais desempenham um papel fundamental no fortalecimento da transparência e na promoção da responsabilidade social e do controle por parte da sociedade civil. Quando usadas de forma estratégica as redes sociais podem contribuir significativamente para aumentar a participação dos cidadãos e melhorar a visibilidade das atividades dos Conselhos Estaduais de Saúde. Os resultados da pesquisa apoiam a accountability percebida apresentada por Aleksovka; Schillemans e Grimmelikhuijsen (2019), que explicam como as pessoas internalizam a responsabilidade através de um senso moral e ético de agir em prol da sociedade. A pesquisa indica que os Conselhos Estaduais de Saúde no Brasil têm uma grande oportunidade de usar as redes sociais como ferramentas para promover a prestação de contas e o envolvimento dos cidadãos e da sociedade em geral. No entanto, é essencial investir na capacitação dos membros dos conselhos em habilidades digitais e comunicação online para tirar o máximo proveito dessas plataformas. Também é importante desenvolver estratégias de comunicação mais eficientes e personalizadas para cada região e público-alvo específico. A pesquisa evidencia como as mídias sociais podem ser empregadas para fomentar a transparência e incentivar o engajamento cívico na administração pública – assuntos de extrema importância para a Economia Aplicada no que diz respeito à eficiente alocação dos recursos públicos e à busca por equidade social. Ao examinar o modo como os conselhos operam online e como as pessoas se envolvem neles digitalmente, o estudo traz como contribuição e impacto a apresentação de insights para os responsáveis pelo desenvolvimento de políticas públicas e administradores que buscam melhorar o uso dos recursos e promover justiça na área da saúde. As descobertas dessa pesquisa podem ajudar na criação de estratégias e políticas públicas que tenham como objetivo fortalecer governos locais e promover uma participação mais ativa da comunidade no desenvolvimento social, contribuir para um sistema de saúde mais eficiente, transparente e democrático.

**Palavras-chave:** Conselhos gestores. Accountability. Mídias sociais.

## ABSTRACT

This research analyzed how the use of social media by state health councils can improve the accountability process and increase citizen participation. To this end, it analyzed almost 10,000 posts on the social networks Facebook, Instagram, and X (formerly Twitter) from 26 State Health Councils during the period from January 2019 to August 2023, covering the period before, during, and after the COVID-19 pandemic. The data showed a substantial difference in the use of platforms between the different regions of Brazil, with councils in the South and Southeast regions standing out for their greater digital activity compared to those in the North and Northeast regions, which demonstrated a more discreet online presence, with fewer posts and interactions with the general public. A relevant finding of the study was the preference for the use of Facebook followed by Instagram among the health councils analyzed; on the other hand, X was the least used platform, indicating an underutilized opportunity for effective communication with society. The most common areas of publication in the posts of the state health councils were about the dissemination of the council's agenda, dissemination of the activities carried out by the council, and encouragement of public participation. On the other hand, little was published about accountability for the resources received for the council's activities, complaints, and full disclosure of reports and documents prepared by the council. The study concluded that social networks and other digital technologies play a fundamental role in strengthening transparency and promoting social responsibility and oversight by civil society. When used strategically, social networks can contribute significantly to increasing citizen participation and improving the visibility of the activities of the State Health Councils. The research results support the perceived accountability presented by Aleksovka; Schillemans and Grimmelikhuijsen (2019), who explain how people internalize responsibility through a moral and ethical sense of acting in favor of society. The research indicates that State Health Councils in Brazil have a great opportunity to use social media as a tool to promote accountability and engagement with citizens and society at large. However, it is essential to invest in training council members in digital skills and online communication to make the most of these platforms. It is also important to develop more efficient and personalized communication strategies for each region and specific target audience. The research highlights how social media can be used to foster transparency and encourage civic engagement in public administration – topics of extreme importance for Applied Economics with regard to the efficient allocation of public resources and the pursuit of social equity. By examining how councils operate online and how people engage with them digitally, the study contributes and impacts by presenting insights for policy makers and administrators seeking to improve the use of resources and promote justice in the health area. The findings of this research can help in the creation of strategies and public policies that aim to strengthen local governments and promote more active community participation in social development, contributing to a more efficient, transparent and democratic health system.

**Keywords:** Management councils. Accountability. Social media.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Captura de tela da página do Facebook do Conselho Estadual de Saúde de São Paulo .....	35
Figura 2 – Captura de tela de post no perfil do Facebook do Conselho Estadual de Saúde de São Paulo .....	35
Figura 3 – Captura de tela da página do Instagram do Conselho Estadual de Saúde da Bahia .....	36
Figura 4 – Captura de tela de post no perfil do Instagram do Conselho Estadual de Saúde da Bahia .....	36
Figura 5 – Captura de tela da página do X (ex-Twitter) do Conselho Estadual de Saúde de São Paulo .....	37
Figura 6 – Captura de tela de post no perfil do X (ex-Twitter) do Conselho Estadual de Saúde de São Paulo .....	37
Figura 7 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 0 .....	82
Figura 8 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 1.....	83
Figura 9 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 2.....	83
Figura 10 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 3.....	84
Figura 11 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 4.....	84
Figura 12 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 5.....	85
Figura 13 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 6.....	85
Figura 14 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 7.....	86
Figura 15 – Distribuição de reações, curtidas, comentários e compartilhamentos para as classificações .....	88
Figura 16 – Nuvem de palavras das publicações dos Conselhos Estaduais de	89

Saúde .....	
Figura 17 – Mapa da situação dos Conselhos Estaduais de Saúde em relação às mídias sociais .....	90
Figura 18 – Gráfico das postagens no período.....	91

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Linha do tempo do governo eletrônico no Brasil.....	26
Quadro 2 – Linha do tempo das legislações sobre a transformação digital no Brasil.....	29
Quadro 3 – Universo da pesquisa.....	58
Quadro 4: Mapeamento dos pontos das publicações no Facebook, Instagram e X (ex-Twitter) dos Conselhos Estaduais de Saúde .....	63
Quadro 5: Informações gerais dos Conselhos Estaduais de Saúde .....	64
Quadro 6 – Etapas da análise por categoria.....	64

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Informações gerais disponibilizadas pelos Conselhos Estaduais de Saúde no Brasil, com a quantidade total e a lista dos conselhos que oferecem as informações, por mídia social.....	68
Tabela 2 – Estatística descritiva das publicações em mídias sociais de conselhos estaduais por unidade federativa (UF), ordenados pelo total de publicações.....	72
Tabela 3 – Estatística descritiva das publicações em mídias sociais de conselhos estaduais por tipo de mídia social, ordenados pelo total de publicações nas unidades federativas (UF).....	73
Tabela 4 – Proporções das classificações das publicações considerando todos os Conselhos Estaduais de Saúde e todas as mídias sociais .....	74
Tabela 5 – Proporções das classificações das publicações segundo a mídia social utilizada considerando todos os Conselhos Estaduais de Saúde .....	76

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>18</b>
<b>1.1 Contextualização e problema de pesquisa.....</b>	<b>18</b>
<b>1.2 Contribuições esperadas .....</b>	<b>24</b>
<b>1.3 Objetivos.....</b>	<b>25</b>
<b>1.4 Estrutura da dissertação .....</b>	<b>25</b>
<b>2 REVISÃO DA LITERATURA .....</b>	<b>27</b>
<b>2.1 O uso das tecnologias na administração pública .....</b>	<b>27</b>
<b>2.2 Mídias sociais .....</b>	<b>35</b>
<b>2.3 Mídias sociais na administração pública .....</b>	<b>40</b>
<b>2.4 Accountability .....</b>	<b>42</b>
<b>2.5 Accountability sentida.....</b>	<b>44</b>
<b>2.6 Teoria da democracia digital, transformação digital e maturidade digital .....</b>	<b>46</b>
<b>2.7 Controle social .....</b>	<b>49</b>
2.7.1 Controle social e políticas públicas .....	51
2.7.2 Conselhos sociais .....	54
<b>2.8 Estudos anteriores .....</b>	<b>58</b>
<b>3 MÉTODOS.....</b>	<b>61</b>
<b>3.1 Contexto, população e amostra .....</b>	<b>61</b>
<b>3.2 Coleta de dados .....</b>	<b>63</b>
<b>3.3 Tratamento dos Dados .....</b>	<b>65</b>
<b>3.4 Análise dos dados.....</b>	<b>70</b>
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>72</b>
<b>4.1 Análise estatística descritiva .....</b>	<b>72</b>
<b>4.1.1 Informações gerais.....</b>	<b>72</b>

<b>4.1.2 – Publicações nas mídias sociais.....</b>	<b>75</b>
<b>4.2 – Classificação das publicações .....</b>	<b>78</b>
<b>4.3 Mídias sociais utilizadas pelos Conselhos Estaduais de Saúde.....</b>	<b>95</b>
<b>4.4 Publicações no período.....</b>	<b>96</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>98</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>102</b>



# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Contextualização e problema de pesquisa

No decorrer dos mais de trinta anos de existência da Constituição Federal de 1988, conhecida como a "Constituição Cidadã", ainda há desafios significativos para o efetivo exercício do controle social e a participação da sociedade em políticas públicas no Brasil.

O movimento pela transparência pública, inclusive através de leis e diretrizes constitucionais, é crescente no Brasil. Esse movimento, no entanto, por si só não é suficiente para consolidar a cidadania e a democracia, sendo, para isso, fundamental que o cidadão possa exercer o controle social dos atos da administração pública de forma a se efetivar a transparência (Junior; Abreu; Ramos; Bernardes, 2019; Raupp, 2022).

Para Langella (2021), um dos principais desafios para o exercício do controle social é a falta de informação e de transparência por parte dos governos. Os dados e informações relevantes para a fiscalização e o controle das políticas públicas encontram-se ou indisponíveis ou de difícil acesso, ou são excessivamente técnicos, o que dificulta a compreensão das informações e limita a participação efetiva da sociedade.

Isso porque ter acesso à informação não é suficiente, visto que o controle social não está limitado apenas à existência de informações, mas também ao fato de que os cidadãos compreendam essas informações e sejam capazes de analisá-las criticamente (Pacheco et al., 2020).

Neste cenário, destaca-se a situação de que o acesso à informação é essencial em uma sociedade democrática. No entanto, é fundamental garantir não apenas o acesso à informação, mas também proporcionar para a sociedade a oportunidade de interpretá-la e analisá-la de maneira reflexiva, dando sustentáculo para um controle social eficaz e embasado (Castro; Dias, 2019; Pacheco et al., 2020).

Pinto, Martins, Leonel e Ckagnazaroff (2018) argumentam que a sociedade não está organizada o suficiente para participar ativamente no processo de tomada de decisão, o que acaba limitando o seu poder de influência. A falta de recursos financeiros e de capacitação técnica também pode limitar a atuação da sociedade civil na fiscalização e no monitoramento das políticas públicas, o que fragiliza a mobilização da sociedade.

A limitação da estrutura social em promover uma participação efetiva e impactante nas decisões é um desafio central para o fortalecimento da democracia, que enfatiza a necessidade vital de garantir não apenas o acesso à informação, mas também de promover habilidades de análise crítica e reflexiva. Por outro lado, a discussão sobre as limitações da sociedade em

função da falta de recursos e capacitação técnica aponta para a necessidade de investimentos em educação e em mecanismos que facilitem a inclusão social e econômica.

Assim, esses argumentos se entrelaçam na medida em que a capacitação para interpretar e analisar informações de maneira crítica é um passo crucial para superar as barreiras que limitam a participação ativa da sociedade civil no monitoramento e na fiscalização das políticas públicas. Isso sugere que a chave para uma mobilização social efetiva e um controle social mais robusto reside na combinação de acesso livre à informação com estratégias focadas na elevação da capacidade analítica e técnica da população, garantindo assim uma democracia mais participativa e resiliente.

As observações supramencionadas evidenciam que, para obter a participação popular efetiva e melhorar o controle social, precisamos de livre acesso à informação e de estratégias para melhorar o pensamento crítico e as habilidades da sociedade, o que ajudaria a criar uma democracia mais aberta e forte. Além disso, Bravo (2012) aponta que, mesmo sabendo que é importante a sociedade participar e fiscalizar o governo, o controle social ainda enfrenta problemas.

Neste sentido, o controle social, do ponto de vista de Bravo (2012), compreendido como um conjunto de ações e mecanismos que permitem à sociedade participar, fiscalizar e intervir na gestão pública, garantindo a transparência, a efetividade e a responsabilidade das políticas e dos serviços prestados pelo Estado, acaba sendo limitado, mesmo a participação ativa da sociedade sendo essencial para uma gestão pública mais efetiva e transparente.

É imprescindível relatar que a Constituição Federal de 1988 estabelece o controle social como um dos princípios fundamentais da administração pública, e diversas leis e normas regulamentam a participação da sociedade na gestão pública, como a Lei de Acesso à Informação e a Lei de Responsabilidade Fiscal, sendo o Controle Social fundamental para a promoção da cidadania, da democracia e da justiça social, pois permite que os cidadãos acompanhem e influenciem a atuação dos governantes e dos órgãos públicos, podendo exigir melhorias e cobrar responsabilidades.

É por meio do controle social que a sociedade pode participar, fiscalizar e intervir na gestão de políticas públicas. No entanto, a efetividade desse processo decisório está diretamente relacionada à existência de ferramentas que possibilitem a participação democrática e efetiva da sociedade (Dias; Sano; Medeiros, 2019).

Entre as principais formas de exercer o controle social estão a participação da sociedade em conferências, as audiências públicas e os conselhos de representação social.

Nesses espaços, a sociedade pode discutir, junto às autoridades competentes, projetos, políticas e questões importantes que afetam a comunidade como um todo.

Outra forma de a comunidade participar é através da fiscalização e do monitoramento. A sociedade pode fazer a inspeção e apresentar, de forma presencial ou através dos canais digitais, reclamações, denúncias e sugestões, comunicando os órgãos responsáveis ou de controle sobre possíveis irregularidades.

Nessa perspectiva de aproximar gestão e sociedade, os conselhos de representação social têm como principal finalidade diminuir essa distância entre a sociedade civil e as políticas públicas, permitindo que as demandas e necessidades da população sejam ouvidas e atendidas (Pinto, Martins, Leonel e Ckagnazaroff, 2018).

Atualmente, podemos dizer que as plataformas de mídias sociais são as formas mais comuns que os cidadãos utilizam para se expressar, o que reflete uma realidade digital em constante evolução, na qual as redes sociais transformaram a maneira como as pessoas se comunicam, compartilham informações e expressam suas opiniões.

Com isso, a comunicação e a informação se tornam elementos estratégicos para auxiliar os conselhos de representação social no exercício do controle. A comunicação e a informação são fundamentais para garantir a transparência na gestão pública e para permitir que a sociedade tenha acesso a dados e informações relevantes sobre as políticas públicas em questão (Castro; Dias, 2019).

Ao incluir a sociedade no processo de tomada de decisão, os governos podem criar políticas mais equitativas e justas, que levem em consideração a diversidade e as necessidades de diferentes grupos da sociedade (Bevir, 2011). A deliberação e o diálogo são importantes para garantir que todas as vozes sejam ouvidas e consideradas nas decisões políticas, e a governança democrática pode ajudar a fortalecer a confiança da sociedade nas instituições políticas e aumentar a participação cidadã nos processos políticos.

É importante que as informações sejam claras, acessíveis e facilmente compreensíveis pela população em geral, de forma a permitir que a sociedade possa entender e acompanhar a execução das políticas públicas, avaliar se suas necessidades enquanto sociedade estão sendo supridas pelo governo e identificar possíveis ineficiências, irregularidades ou falhas no governo (Matheus; Janssen; Janowski, 2021).

Além disso, ter acesso a informações claras, objetivas, acessíveis e de fácil compreensibilidade possibilita a prestação de contas entre governo e sociedade, que pode monitorar e cobrar o governo em suas políticas, inclusive utilizar essas informações para sustentar suas tomadas de decisão em um processo político eleitoral (Sampaio et al., 2022).

Dessa forma, é fundamental que haja canais de comunicação efetiva entre a sociedade civil e o poder público, que possam permitir que as demandas e sugestões da população sejam ouvidas e consideradas na tomada de decisão. Como já citado, esses canais podem incluir audiências públicas, consultas populares, fóruns de debate e outras formas de participação social. Nota-se que as tecnologias da informação e comunicação são ferramentas importantes para o exercício do controle social, permitindo a ampliação do acesso às informações e a participação ativa da sociedade na gestão pública (Dias; Sano; Medeiros, 2019).

Nesse contexto, o uso crescente das plataformas de mídias sociais tem mudado significativamente a forma como o governo se comunica com os cidadãos (Sampaio et al., 2022; Li; Chandra; Kapucu, 2020), permitindo uma comunicação direta e rápida.

Podemos exemplificar o caso em que as mídias digitais desempenharam um papel central na campanha de Jair Bolsonaro em 2018 e ainda são dominantes na comunicação entre o ex-presidente e a opinião pública, principalmente entre seus apoiadores (Vieira; Selegim, 2020). A eleição de 2018 foi a primeira eleição no Brasil em que um candidato à Presidência da República usou mídias sociais como principal meio de comunicação com seus eleitores e conseguiu vencer o pleito eleitoral (Figueiredo, 2020; Itassau et al., 2022; Itassau, 2023).

Nos últimos anos, com o advento da internet e do mundo conectado, fomos envolvidos em uma enorme quantidade de informações que se espalham por esse espaço digital com uma rapidez inquestionável (Sampaio et al., 2022). Nesse sentido, a maciça quantidade de conteúdo disseminado na internet consegue atingir diversos públicos em diferentes regiões do país e do mundo.

Entretanto, essa facilidade de circulação de informação possibilita também um viés oposto, que é a disseminação em grande escala de notícias genéricas, notícias antigas representando situações presentes, notícias incompletas e até mesmo notícias falsas e enganosas, as chamadas fake news (Huber; Borah; Gil de Zúñiga, 2021).

O termo fake news aqui entendido engloba notícias falsas e enganosas criadas e divulgadas intencionalmente, com o propósito de manipular a opinião pública e promover determinadas ideologias. Essas informações distorcidas são prejudiciais para o processo democrático (Desigaud et al., 2017; Keller; Klinger, 2019).

As fake news e as desinformações no cenário político-eleitoral tomaram posição de destaque nas eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos, quando desinformações provocadas por fake news divulgadas tomaram espaço e ganharam a atenção de jornalistas, estudiosos e da sociedade. O então candidato à presidência norte-americana utilizou as

plataformas de mídias sociais para a propagação de notícias genéricas e ambíguas, inverdades, para iludir parte da população e afetar o resultado eleitoral.

As eleições presidenciais de 2018 no Brasil também foram marcadas por uma intensa circulação de fake news, causando desinformação através de mídias sociais. O espaço digital se tornou um meio propício e privilegiado para a disseminação de conteúdos enganosos e manipulados, com o objetivo de influenciar o resultado das eleições e prejudicar adversários políticos até então menos engajados nos meios digitais (Brittes; Carneiro; Riggieri, 2020; Reis; Zanetti; Frizzera, 2020).

Essa situação trouxe para a pauta de debate, principalmente dos especialistas em comunicação, jornalismo e política, os riscos que uma campanha eleitoral baseada em informações falsas e/ou manipuladas pode trazer, principalmente em que podem comprometer a integridade do processo democrático e gerar desconfiança na população em saber onde e em quem confiar no meio digital.

Nesse mesmo sentido, questões importantes vieram à tona, como o papel das mídias sociais na política, quem é responsável pelas informações que nelas são divulgadas e que podem influenciar na decisão de milhares de pessoas, e sobre a responsabilidade das empresas de tecnologia em combater e limitar as informações falsas nesse espaço.

Nesta linha, desde 2020 no Brasil, tramita o Projeto de Lei nº 2630 de 2020, que tem como objetivo estabelecer normas relativas à transparência de mídias sociais e de serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, à transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público, bem como estabelece sanções para o descumprimento da lei, conhecido como PL das Fake News. O Projeto de Lei nº 2630 de 2020, até maio de 2023, tramita em processo de aprovação no Congresso Nacional.

Notícias falsas e desinformação, mesmo não sendo algo novo, tornaram-se mais presentes através da grande inserção das mídias sociais no cotidiano das pessoas, e a falta de ter uma regulamentação nesse espaço contribuiu para sua propagação. Entretanto, o espaço digital também pode ser usado para que essas informações sejam corrigidas e, nesse contexto de uma sociedade conectada em rede e com novas dinâmicas políticas e sociais, o governo, como agente central do desenvolvimento, precisa regulamentar também o espaço digital (Bode; Vraga, 2018).

Sendo assim, a accountability deve ser trazida e entendida nesse cenário conectado, pois o governo precisa da transparência de seus atos para a sociedade. Entretanto, a maciça quantidade de notícias que circulam torna-se objeto de questionamento se são verdadeiras ou

não, fato este que pode prejudicar e dificultar esse diálogo entre governo e sociedade no meio digital.

Importante relatar não somente o aspecto negativo das mídias sociais, mas compreender que as tecnologias de informação têm papel expressivo na evolução da sociedade atual, e as mídias sociais, como Facebook, X (ex-Twitter), Instagram e outras, permitem que barreiras geográficas sejam quebradas em termos de comunicação.

A internet e os dispositivos móveis a ela conectados possibilitam que a sociedade também seja conectada em rede, permitindo que as pessoas acessem notícias em tempo real, aprendam novas habilidades, tenham acesso a recursos educacionais de forma facilitada, busquem conhecimento, realizem negócios, entre outras possibilidades, e muito do que hoje a sociedade contemporânea avançou se deve à internet.

Na Administração Pública, o surgimento da internet ampliou o potencial de participação cidadã. As novas tecnologias de informação e comunicação, especialmente as mídias sociais, desempenham um papel fundamental como forças de democratização nesse cenário da era digital (Lin; Kant, 2021).

Nesta sociedade interligada pela internet e pelas mídias sociais, o governo deve atuar de maneira correta e transparente, e, neste âmbito, a accountability se revela uma ferramenta fundamental (Matheus, Janssen e Janowski, 2021). Eis que se trata de um conjunto de práticas utilizadas pelos gestores para prestar contas aos cidadãos e se responsabilizar pelas suas ações (Pinho; Sacramento, 2009). Na atualidade, com o amplo combate contra a corrupção nos entes públicos, essa ferramenta se revela essencial (Ceschel; Hinna; Homberg, 2022).

Segundo Bovens (2010), a accountability envolve uma relação entre um ator público e outro (como um cidadão, uma organização da sociedade civil ou uma entidade governamental), em que o primeiro deve prestar contas do que faz e o segundo tem o direito e o poder de questionar e avaliar essas ações. Embora a accountability possa envolver a possibilidade de sanções ou punições em caso de irregularidades ou descumprimento das leis e normas, ela também envolve a responsabilidade de prestar contas de forma voluntária, demonstrando transparência e comprometimento com a governança pública.

É importante destacar que a accountability não deve ser vista apenas como uma ferramenta de punição ou controle, mas como uma prática fundamental para a promoção da transparência, da ética e da responsabilidade na gestão pública. Ao adotá-la como uma prática constante, os agentes públicos podem demonstrar seu compromisso com a efetividade e a legitimidade do sistema democrático, aumentando a confiança da sociedade nas instituições públicas e fortalecendo a governança.

As mídias sociais, como o Facebook, X (ex-Twitter), Instagram e outras plataformas, permitem que os conselhos gestores compartilhem informações sobre suas atividades e recebam feedback e sugestões da sociedade. Isso possibilita que os conselhos possam engajar um público mais amplo e diversificado, incluindo aqueles que não podem comparecer às reuniões presenciais.

Além disso, os conselhos gestores podem realizar enquetes e pesquisas e receber comentários e mensagens dos usuários através das mídias sociais, o que pode ser uma ferramenta para entender as necessidades e as demandas da sociedade.

Com a popularização das mídias sociais, surgiram novas possibilidades para a participação da sociedade na gestão pública. Uma, dentre as opções, é o uso das mídias sociais como instrumento de accountability, permitindo que os cidadãos possam acompanhar e fiscalizar as ações dos gestores públicos. Diante disso, surge o seguinte questionamento: os conselhos de representação social utilizam as mídias sociais como instrumento de accountability?

O controle social efetivo e a participação cidadã em políticas públicas no Brasil continuam sendo limitados tanto pela falta de transparência quanto pela dificuldade de acesso à informação por parte dos cidadãos e, mesmo com a crescente transformação digital e a disponibilidade de dados, esses permanecem em grande parte inacessíveis ou difíceis de interpretar. Contudo, o uso estratégico das mídias sociais surge como uma ferramenta promissora para mitigar essas limitações, e a presente pesquisa investiga como essas plataformas podem ser utilizadas pelos conselhos de saúde para melhorar o processo de accountability, aumentando a visibilidade e a participação cidadã.

## **1.2 Contribuições esperadas**

A pesquisa sobre a utilização das mídias sociais pelos conselhos gestores como instrumento de accountability tem como propósito contribuir para a literatura, a sociedade e os próprios conselhos gestores. É esperado que, ao final da pesquisa, sejam produzidos insights que possam ser aplicados em outras áreas ou amostras, contribuindo com a discussão sobre transparência e a prestação de contas.

Quanto à contribuição para a literatura, a pesquisa pode fornecer informações sobre o uso de mídias sociais como instrumento de diálogo e accountability entre entidades de

representação social e a sociedade como um todo. A literatura atual ainda carece de mais pesquisas sobre a compreensão das melhores práticas para a utilização de mídias sociais em processos de prestação de contas.

Quanto à contribuição para a sociedade, a pesquisa pode ajudá-la a entender melhor como os conselhos gestores utilizam as mídias sociais para prestar contas de suas atividades e de suas tomadas de decisão. Isso pode aumentar a transparência e a responsabilidade desses órgãos públicos e promover um maior engajamento e participação do público nas decisões que afetam sua vida cotidiana.

Para os conselhos gestores, espera-se contribuir com o processo de compreensão de como as mídias sociais podem ser usadas de maneira eficaz para prestar contas à sociedade. Isso pode ajudá-los a identificar áreas onde precisam melhorar suas estratégias de comunicação e a desenvolver novas abordagens para se conectar com o público e aumentar a transparência. Além disso, a pesquisa pode fornecer informações úteis para aprimorar a formação dos conselheiros e o planejamento de ações futuras."

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo geral**

Analisar como o uso de mídias sociais pelos conselhos de saúde pode melhorar o processo de *accountability* e aumentar a participação cidadã.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

Como objetivos específicos, o estudo pretende:

- a) Identificar as principais barreiras à transparência nos conselhos de saúde;
- b) Investigar o uso atual das mídias sociais pelos conselhos de saúde;
- c) Avaliar o impacto das mídias sociais na participação cidadã e no controle social;
- d) Propor estratégias para otimizar o uso das mídias sociais no processo de *accountability*.

### **1.4 Estrutura da dissertação**

A dissertação está estruturada em cinco seções principais: Introdução, Revisão da Literatura, Métodos, Análise dos Resultados e Discussão e Considerações.



A seção de Introdução inclui a contextualização, o problema de pesquisa e os objetivos. Esta seção aborda a evolução da Constituição Federal de 1988 e os desafios para o exercício do controle social e a participação cidadã em políticas públicas no Brasil. Destaca a importância da transparência e a necessidade de ferramentas que permitam a participação efetiva da sociedade e os desafios do controle social. Além disso, define o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa, como analisar o uso das mídias sociais pelos conselhos de representação social sob a perspectiva da accountability.

A seção de Revisão da Literatura aborda os seguintes tópicos: accountability, accountability sentida, teoria da democracia digital, transformação digital e maturidade digital, controle social, controle social e políticas públicas e conselhos sociais. A seção de revisão da literatura termina com a apresentação de estudos anteriores que foram conduzidos sobre o tema.

A seção de Métodos começa com uma descrição do contexto da pesquisa, incluindo informações sobre a população e a amostra utilizada. Em seguida, a seção descreve como foram coletados e tratados os dados para a pesquisa.

A seção de Análise de Dados e Discussão apresenta a análise descritiva dos dados da pesquisa. Nessa seção, são apresentados os resultados da pesquisa, com análise e descrição de como as mídias sociais são utilizadas pelos conselhos gestores. Por fim, são apresentadas as considerações, limitações e recomendações para pesquisas futuras na seção de Considerações.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 O uso das tecnologias na administração pública**

A utilização das tecnologias de informação e comunicação tornou-se uma exigência na sociedade e, nesse sentido, Keunecke, Teles e Flach (2011) elucidam que o setor público se beneficia da disseminação das TICs, fazendo com que a gestão pública seja mais eficiente e transparente e aproximando o cidadão das entidades governamentais.

A tecnologia na atualidade é reconhecida de acordo com suas classificações, como tecnologias da informação e comunicação (TIC), tecnologias da mídia, novas tecnologias da informação e comunicação (NTIC), e as tecnologias eletrônicas, de acordo com suas características, estando a tecnologia presente nos diversos lugares da vida do ser humano, inclusive no setor público (Pereira, 2022).

Não obstante a essencialidade da tecnologia nos dias atuais, diversas são as alternativas tecnológicas que se apresentam, requerendo uma escolha criteriosa, pois a humanidade possui conhecimento, tecnologia, engenhosidade e recursos jamais registrados anteriormente na história. Porém, para que possam ser justamente aproveitados por todos, faz-se necessário repensar o modelo de desenvolvimento tecnológico (Dias; Sano; Medeiros, 2019).

Atualmente, a presença do digital é uma realidade para a maioria das pessoas, tanto no Brasil quanto no resto do mundo. Esse evento é particularmente notável no contexto das mídias sociais, que se tornaram um componente central na vida cotidiana dos indivíduos. Plataformas como Facebook, Instagram e X (ex-Twitter), entre outras, não apenas facilitam a comunicação e a interação social, mas também desempenham um papel crucial em atividades como marketing, educação e engajamento cívico.

De fato, é cada vez mais raro encontrar pessoas que não estejam envolvidas ou que não acessem regularmente pelo menos uma dessas plataformas digitais. As mídias sociais influenciam desde as decisões de compra até as opiniões políticas, moldando significativamente a maneira como a informação é consumida e distribuída. Por essas razões, pode-se dizer que elas assumiram um papel de destaque não apenas na comunicação, mas na própria estrutura da sociedade contemporânea.

O surgimento das mídias sociais alterou de forma radical a forma como os indivíduos se comunicam, com as mídias sociais sendo cada vez mais utilizadas pelos cidadãos e até mesmo pelo governo (Dias; Sano; Medeiros, 2019; Penna; Carvalho; Zanandrez, 2023).

Diante dessas novas possibilidades de interação, os cidadãos não mais se limitaram a cumprir apenas o papel de receptores passivos das políticas do governo. Sendo assim, ao utilizar os meios de comunicação eletrônicos, a sociedade passou a controlar a geração e a transmissão das informações (Junior; Abreu; Ramos; Bernardes, 2019).

Li, Chandra e Kapucu (2020) trazem como estratégia de transparência o fato de que muitas empresas utilizam as mídias sociais pretendendo, assim, a interação direta de clientes com a empresa, além de tirar dúvidas sobre os serviços e até mesmo de fazer reclamações. Na atualidade, a internet é o maior meio de comunicação do mundo graças à sua incrível história de popularização durante a década de 90 nos Estados Unidos e início dos anos 2000 ao redor do mundo. Através das mídias sociais, qualquer pessoa pode se tornar um criador de conteúdo ao publicar e compartilhar opiniões próprias sobre diferentes assuntos, inclusive políticos.

No cenário acima, tem-se que o marketing digital se popularizou devido a essa expansão, com a ideia de que mais pessoas e mais consumidores estão muito mais próximos e conectados. No entanto, o público que usa a internet não compra os produtos ou serviços pelo modo clássico de persuasão do cliente, mas sim com base em informações objetivas, que podem ser desde as especificações do produto até a opinião de outra pessoa.

Nessa mesma perspectiva de marketing digital, paralelamente na Administração Pública, um termo que está sendo cada vez mais usado é "governo eletrônico", tornando necessário um estudo sobre o tema, que pode ser definido como um conjunto de programas, atividades e projetos desenvolvidos e implementados pelo Estado e pelo governo (Carvalho, 2021). Os governos vêm adotando, gradativamente, as tecnologias como um mecanismo que permite a interação com os cidadãos.

Barbosa e Mota (2022) esclarecem que as TICs proporcionam maneiras mais rápidas e eficientes para a solução de problemas e para as ações cotidianas e que, na sociedade atual, em que as necessidades e demandas dos cidadãos não apenas aumentam, mas mudam de forma contínua, o governo também precisa responder às mudanças, inserindo-se nesse contexto o denominado governo eletrônico (e-gov), consistente no uso de TICs combinado com mudanças organizacionais para o aperfeiçoamento das estruturas e operações do governo.

Quadro 01 – Linha do tempo do governo eletrônico no Brasil

Ano	Descrição	Ações
2000 a 2005	DISPONIBILIZAÇÃO DO PORTAL TRANSPARÊNCIA	Criação do Comitê Executivo e da Política de e-Gov; Infraestruturas de Chaves Públicas – ICP; Disponibilização do Portal Rede Governo; Comitê Gestor da Internet e Infraestrutura de Chaves Públicas; Padrões de Interoperabilidade de e-Gov
2006 a 2010	MODELO DE ACESSIBILIDADE DE E-GOV	Disponibilização do Portal da Inclusão Digital; Infraestrutura Nacional de Dados Espaciais (INDE); Estratégia Geral de Tecnologia da Informação (EGTI); Decreto Simplificado de Atendimento ao Cidadão; Programa Nacional de Banda Larga; Pesquisa TIC de Governo Eletrônico
2011 a 2015	MARCO CIVIL DA INTERNET (LEI 12.965)	Comitê Internacional Governo Aberto; Lei de Acesso à Informação; Infraestrutura Nacional de Dados Abertos; Programa Cidades Digitais; Decreto Política Nacional de Participação Social; Decreto Processo Eletrônico Nacional
2016 a 2017	DECRETO SIMPLIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS PÚBLICOS	Decreto Política e Estratégicas de Governança Digital; Decreto Políticas de Dados Abertos; Plataforma de Dados Abertos (PCD); Decreto Compartilhamento de Bases de Dados; Portal de Serviços; Lei de Identificação Civil Nacional
2018	PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS	ConectaGov (Plataforma de Interoperabilidade) Estratégia Brasileira para a Transformação Digital (E-Digital) Lei Usuários de Serviços Públicos
2019	LANÇAMENTO DO PORTAL ÚNICO GOV.BR	Decreto Unificação dos Canais Digitais Federais Decreto Governança de Compartilhamento de Dados Instruções Normativas (INs) do novo marco de compras de TIC Decreto Governança da E-Digital

Fonte: Adaptada do Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (2020).

O Quadro 1 evidencia que a preocupação do governo com a inclusão digital não é de hoje. O governo brasileiro tem buscado evoluir seus processos e a prestação de serviços públicos com o auxílio das TICs, tendo o Programa de Governo Eletrônico iniciado no Brasil uma série de adaptações, inovações e desafios para a melhoria da qualidade do serviço público (Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos, 2020).

Os anos 2000 marcaram o início da jornada do Brasil na implementação do governo eletrônico, com foco na criação de uma infraestrutura robusta e no estabelecimento de políticas de e-gov. A disponibilização do Portal da Transparência e do Portal Rede Governo representou um marco importante, permitindo ao cidadão um acesso sem precedentes às informações governamentais. Juntamente com a criação do Comitê Executivo de e-Gov, a Infraestrutura de Chaves Públicas (ICP) e os padrões de interoperabilidade, o Brasil estabeleceu a base necessária para a digitalização dos serviços públicos.

A partir do e-gov, é possível a desburocratização da administração pública. Assim, o governo deve investir em suas plataformas eletrônicas para melhorar a qualidade, a disponibilidade, a acessibilidade, a eficiência e a eficácia, bem como na redução da assimetria dos dados apresentados (Barbosa; Mota, 2022).

Nos anos de 2006 a 2010, o Brasil intensificou esforços para tornar o governo eletrônico mais acessível e inclusivo. A disponibilização do Portal da Inclusão Digital e a implementação da Infraestrutura Nacional de Dados Espaciais (INDE) são exemplos de como o país procurou eliminar barreiras digitais. A Estratégia Geral de Tecnologia da Informação (EGTI) e o Programa Nacional de Banda Larga buscaram promover o acesso à internet em todo o território nacional, reconhecendo a conectividade como um direito fundamental para a participação cidadã.

Seguindo nessa linha cronológica, a Lei de Acesso à Informação, em 2011, representou, dentro desse ambiente digital, a promulgação do Marco Civil da Internet, um avanço significativo na garantia de direitos fundamentais online e na promoção da transparência governamental. Durante o período de 2011 a 2014, foram estabelecidas a Infraestrutura Nacional de Dados Abertos e o Programa Cidades Digitais, visando fomentar a inovação e a participação social por meio de tecnologias digitais.

Seguindo a sequência temporal, a simplificação dos serviços públicos e a governança digital foram foco no biênio de 2016 a 2017 por meio da digitalização, com a introdução de políticas e decretos para a governança digital e o compartilhamento de dados abertos. A criação da Plataforma de Dados Abertos (PDC) e a Lei de Identificação Civil Nacional são exemplos da busca por serviços públicos mais eficientes e acessíveis.

Em 2018, o Brasil reconheceu a necessidade de fortalecer sua legislação e infraestrutura digital para proteger os cidadãos contra o uso indevido de dados pessoais e para promover a confiança no ambiente digital. A preocupação com a proteção de dados pessoais ganhou destaque, resultando na implementação da ConectaGov e na formulação da Estratégia Brasileira para a Transformação Digital (E-Digital).

E em 2019, o governo unificou os serviços digitais no portal único Gov.br. O lançamento do portal único Gov.br marcou uma nova era para o governo eletrônico no Brasil, consolidando diversos serviços e informações em uma única plataforma. Esse movimento, junto à unificação dos canais digitais federais e à nova governança de compartilhamento de dados, simboliza um passo significativo em direção a um governo mais integrado e centrado no cidadão.

A revolução digital trouxe impactos para a administração pública e transformou, gradualmente, as atividades prestadas pelo Estado. Ela vem acompanhada de desafios e de necessidades que vão surgindo à medida que as tecnologias vão se aprimorando e transformando as atividades prestadas pelo poder público. A administração pública, que foi

erigida sob o império do papel, em época contemporânea se digitaliza e permite que governos ofertem serviços com maior eficácia e agilidade (Viana, 2021).

Vale ressaltar que a transformação digital não é um desenvolvimento ocorrido por acaso. Os primeiros passos foram dados desde os anos 2000 sob a denominação de "Governo Eletrônico", buscando evoluir os processos e a prestação de serviços públicos com o auxílio de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), principalmente da internet.

O Quadro 2 apresenta o marco legal a partir do ano 2000 sobre a transformação digital no Brasil.

Quadro 02 - Linha do tempo das legislações sobre a transformação digital no Brasil

<b>ANO</b>	<b>NORMATIVO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
<b>2000</b>	Lei n. 101, de 4 de maio de 2000	Estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências.
<b>2002</b>	Lei n. 10.520, de 17 de julho de 2002	Representa o início da transparência e da ampliação da possibilidade de participação das empresas nos processos de compras governamentais.
<b>2009</b>	Lei n. 131, de 27 de maio de 2009	Acrescenta dispositivos à Lei Complementar n. 101, de 4 de maio de 2000, que estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências, a fim de determinar a disponibilização, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.
<b>2011</b>	Decreto n. 13.117, de 15 de setembro de 2011	Institui o Plano de Ação Nacional sobre Governo Aberto e dá outras providências.
<b>2011</b>	Lei n. 12.528, de 18 de novembro de 2011	Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII, do art. 5º, no inciso II, do § 3º, do art. 37, e no § 2º, do art. 216, da Constituição Federal; altera a Lei n. 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei no 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei n. 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências.
<b>2012</b>	Lei n. 7.724, de 16 de maio de 2012	Regulamenta a Lei n. 12.527, de 18 de novembro de 2011, que dispõe sobre o acesso a informações previsto no inciso XXXIII, do caput, do art. 5º, no inciso II, do § 3º, do art. 37, e no § 2º, do art. 216, da Constituição.
<b>2013</b>	Lei n. 12.813, de 16 de maio de 2013	Dispõe sobre o conflito de interesses no exercício de cargo ou emprego do Poder Executivo federal e impedimentos posteriores ao exercício do cargo ou emprego; e revoga dispositivos da Lei n. 9.986, de 18 de julho de 2000, e das Medidas Provisórias n. 2.216-37, de 31 de agosto de 2001, e n. 2.225-45, de 4 de setembro de 2001.
<b>2013</b>	Lei n. 12.846, de 1º de agosto de 2013	Dispõe sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira, e dá outras providências
<b>2014</b>	Resolução n. 1, de 18 de	Institui Grupo de Trabalho temático da sociedade civil para assessoramento do Grupo Executivo do Comitê Interministerial

	novembro de 2014	Governo Aberto.
<b>2016</b>	Lei n. 8.777, de 11 de maio de 2016	Institui a Política de Dados Abertos do Poder Executivo Federal
<b>2016</b>	Decreto nº 8.638/2016	Institui a Política de Governança Digital
<b>2016</b>	Portaria nº 68/2016	Aprova a Estratégia de Governança Digital para o período 2016-2019.
<b>2018</b>	Decreto nº 9.319/2018	Institui o Sistema Nacional para a Transformação
<b>2018</b>	Digital Portaria nº 107/2018	Aprova a revisão da Estratégia de Governança Digital para o período 2016-2019
<b>2018</b>	Decreto nº 9.637/2018	Institui a Política Nacional de Segurança da Informação
<b>2019</b>	Portaria nº 23/2019	Dispõe sobre diretrizes, competências e condições para adesão à Rede Nacional de Governo Digital
<b>2019</b>	Decreto nº 9.756/2019	Institui o portal único "gov.br"
<b>2019</b>	Decreto nº 9.854/2019	Decreto nº 9.854/2019: Institui o Plano Nacional de Internet das Coisas Portaria nº 39/2019: Dispõe sobre procedimentos para a unificação dos canais digitais
<b>2019</b>	Decreto n. 10.160, de 09 de dezembro de 2019	Institui a Política Nacional de Governo Aberto e o Comitê Interministerial de Governo Aberto.
<b>2019</b>	Decreto nº 9.804, de 23 de maio de 2019	Altera o Decreto nº 9.319, de 21 de março de 2018, que institui o Sistema Nacional para a Transformação Digital e estabelece a estrutura de governança para a implantação da Estratégia Brasileira para a Transformação Digital.
<b>2020</b>	Decreto nº 10.278/2020	Estabelece os requisitos de digitalização de documentos para que produzam os mesmos efeitos legais dos originais
<b>2020</b>	Decreto nº 10.332/2020	Institui a Estratégia de Governo Digital para o período de 2020 a 2022
<b>2020</b>	Portaria Interministerial nº 1/2020	Estabelece parâmetros para acompanhamento da Estratégia de Governo Digital para o período de 2020 a 2022, e aprova planos de Transformação Digital
<b>2021</b>	Decreto nº 10.782 de 30 de agosto de 2021	Altera o Decreto nº 9.319, de 21 de março de 2018, que institui o Sistema Nacional para a Transformação Digital e estabelece a estrutura de governança para a implantação da Estratégia Brasileira para a Transformação Digital
<b>2021</b>	Lei nº 14.129/2021	Dispõe sobre princípios, regras e instrumentos para o Governo Digital

FONTE: Elaborado pela autora.

O Quadro 2 evidencia a evolução e o progresso das estratégias de implementação do Governo Digital. Com base nas principais legislações publicadas, podemos observar as mudanças, avanços e desafios enfrentados no processo de adoção das estratégias digitais.

Acompanhando a inserção do governo eletrônico, desde o início dos anos 2000, o Brasil tem implementado uma série de normativos legais que visam promover a

responsabilidade fiscal, a transparência, a participação cidadã e a inovação tecnológica no âmbito governamental. A Lei nº 101, de 2000, conhecida como Lei de Responsabilidade Fiscal, marcou o início dessa jornada, estabelecendo normas estritas para a gestão fiscal responsável.

Pouco tempo depois, a Lei nº 10.520, de 2002, inaugurou uma nova era de transparência e de ampliação das oportunidades de participação das empresas nos processos de compras governamentais. Em 2009, a Lei Complementar nº 131 adicionou dispositivos à Lei de Responsabilidade Fiscal para exigir a disponibilização, em tempo real, de informações detalhadas sobre a execução orçamentária e financeira, ampliando significativamente o alcance da transparência fiscal no país.

Seguindo essa tendência, o Decreto nº 13.117 e a Lei nº 12.528, ambos de 2011, instituíram o Plano de Ação Nacional sobre Governo Aberto e regulamentaram o acesso à informação, respectivamente, consolidando o direito à informação como um pilar da democracia brasileira. Nos anos seguintes, uma série de leis e decretos continuaram a moldar o cenário do governo digital no Brasil. Notavelmente, a Lei nº 12.813, de 2013, abordou o conflito de interesses no Poder Executivo federal, e a Lei nº 12.846, do mesmo ano, estabeleceu a responsabilização de pessoas jurídicas por atos contra a administração pública.

A adoção da Política de Dados Abertos do Poder Executivo Federal pela Lei nº 8.777, em 2016, juntamente com o Decreto nº 8.638/2016, que instituiu a Política de Governança Digital, e a Portaria nº 68/2016, que aprovou a Estratégia de Governança Digital, representou um marco importante na promoção da transparência, da eficiência e da inovação nos serviços governamentais.

O ano de 2019 foi particularmente significativo, com a instituição do portal único Gov.br pelo Decreto nº 9.756, simplificando o acesso aos serviços digitais e unificando os canais de comunicação do governo. Além disso, o Decreto nº 10.160 estabeleceu a Política Nacional de Governo Aberto. A promulgação da Lei nº 14.129, em 2021, definiu princípios, regras e instrumentos para o Governo Digital, destacando a importância da transformação digital para a prestação de serviços públicos eficientes e orientados ao cidadão, oferecendo serviços públicos digitais simples e intuitivos por meio de uma plataforma única.

Essa trajetória legislativa evidencia um esforço consistente do Brasil em se adaptar às exigências de uma era digital. As iniciativas do governo foram importantes para promover a transformação digital e a oferta de serviços públicos digitais.

O percurso de modernização e transparência na gestão pública brasileira, delineado por uma série de normativos, não somente catalisou a transformação digital do governo, mas



também deu sustentáculo para o caminho da inclusão do governo nas mídias sociais, que, apesar de ainda não ser normatizada, já é utilizada por muitos sites oficiais como canal de comunicação entre governo e sociedade.

Neste sentido, a internet e as mídias sociais possibilitam o aumento da transparência na gestão pública e o fornecimento de informações aos cidadãos, permitindo-lhes acompanhar o desempenho da administração dos recursos públicos de forma mais próxima. Sendo assim, as medidas governamentais e o uso das mídias digitais se complementam para impulsionar a transformação digital e aprimorar a relação entre governo e cidadãos.

Com relação ao uso das tecnologias e mídias sociais pela administração pública, Cadete; Matos e Soares (2020) esclarecem que a internet é uma das maneiras de possibilitar a transparência na gestão pública, e que o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) para prestar serviços e fornecer informações possibilitam ao cidadão acompanhar o desempenho da gestão dos recursos públicos com transparência.

Por sua vez, a sociedade pode utilizar essas tecnologias para alcançar os seus direitos. Com a transição do mundo analógico para o digital, o uso de plataformas, aplicativos e páginas virtuais tornou-se um ato cotidiano. O emprego de tais dispositivos no dia a dia faz com que haja uma relação do seu uso também no âmbito dos serviços prestados pelo governo. Enquanto isso, o Estado busca se amoldar e propõe a simplificação de acesso e a promoção de seus serviços (Viana, 2021).

Para Santos (2021), o uso de TICs por parte da administração pública assume diversas dimensões, inclusive com o uso das mídias sociais como ferramenta de aproximação com o cidadão. No final da década de 1990, a internet já revolucionava as relações sociais, e parte da sociedade já introduzia no seu cotidiano as TICs, questão que se tornou hegemônica na atualidade. Assim, foi imposto aos governos que também estabelecessem diálogo, serviços públicos, prestação de contas e outras responsabilidades por meio do eletrônico.

Com isso, a administração pública beneficia-se da disseminação das tecnologias da informação, tornando a gestão pública mais eficiente e transparente, aproximando o cidadão das entidades governamentais (Keunecke, Teles e Flach, 2011). Neste contexto, as mídias sociais passaram a representar um importante canal de comunicação entre cidadão e Governo. A transformação digital, contudo, vem acompanhada de desafios (Viana, 2021), os quais serão posteriormente comentados.

## 2.2 Mídias sociais

A Comscore, empresa americana de que realiza análise de internet a grandes empresas, agências de publicidade e de mídia pelo mundo, classificou o Brasil como o terceiro país que mais consome redes sociais, ficando atrás apenas da Índia e da Indonésia, sendo o país o maior consumidor do tipo na América Latina. Segundo o levantamento, as plataformas mais utilizadas pelos brasileiros são: YouTube, com alcance de 96,4%, Facebook, utilizado por 85,1%, e Instagram, com uma taxa de uso de 81,4%.

O crescimento no uso das mídias sociais é constante e, no Brasil, se destacou ainda mais desde 2019, quando houve um aumento significativo durante a pandemia de COVID-19, especialmente entre março e maio de 2020, período em que o uso das redes sociais cresceu exponencialmente devido às restrições de movimentação e à busca por conexão e entretenimento online (Pacete, 2023).

Com a popularização dos ambientes digitais, as mídias sociais ganharam maior relevância, resultando na criação de redes sociais digitais, listas de discussões, portais de vídeo, entre outras plataformas de comunicação. Hoje, é difícil imaginar um mundo em que não lemos notícias, interagimos com outras pessoas e tomamos decisões sem estarmos conectados às mídias sociais. A influência predominante dessas plataformas de comunicação nas políticas públicas também pode ser um tema bastante debatido e suscetível a diversas interpretações, sejam positivas ou não.

É importante esclarecer o entendimento do conceito de mídia social, que aqui será entendido a partir da concepção de Kaplan e Haenlein (2010), que a conceituam como um conjunto de aplicativos online que possibilitam aos usuários a criação, a edição e o compartilhamento de conteúdo através da internet.

Nos últimos anos, é notável o aumento no uso da internet e das mídias sociais, o que possibilita uma conexão significativa entre pessoas e dispositivos em diferentes partes do mundo. Esse aumento no uso das mídias sociais tem possibilitado o estabelecimento de relações sociais de forma mais ampla e abrangente.

Um ponto relevante é o tempo de utilização e a média de tempo que as pessoas passam conectadas online. De acordo com as pesquisas mais recentes, o brasileiro gasta em média 10 horas por dia conectado, o que lhe dá o pódio de terceiro lugar dos países em que as pessoas passam mais tempo conectadas à rede (Pacete, 2023).

Não obstante, devemos destacar os pontos negativos ou desvantagens das mídias sociais. Assim como outras tecnologias em geral, elas podem acarretar problemas para as

peessoas. Entre esses problemas, destacam-se questões relacionadas à segurança dos dados, à disseminação de fake news, à influência em padrões de comportamento e beleza, e até mesmo comunidades que incentivam seus usuários a desafios como mutilação e outras coisas que põem em risco sua vida e a de outras pessoas. Por isso, estudos que abordam essas questões têm ganhado relevância na sociedade (Moreira, 2020; Santos, 2022).

Por outro lado, é possível identificar aspectos positivos no uso das mídias sociais. Elas permitem criar conexões sociais, explorar a cultura e a arte, e utilizá-las como ferramentas organizacionais, institucionais e empresariais para promover marcas, produtos e serviços, além de apoiar o processo educacional. Desse modo, as mídias sociais podem desempenhar um papel benéfico na disseminação de informações.

Tomaél; Alcará; Di Chiara (2005) argumentam que as mídias sociais podem ser consideradas como estratégias para compartilhar informações e conhecimentos na sociedade, pois medeiam as relações entre as pessoas que participam delas, permitindo que o indivíduo expanda sua rede e se insira no contexto social de maneira mais ampla.

Os usuários de redes sociais exibem comportamentos variados, influenciados por fatores como idade, interesses pessoais e funcionalidades oferecidas por cada plataforma, como o consumo de conteúdo audiovisual, a interação em tempo real, o compartilhamento de opiniões e o ativismo.

O Facebook tem uma base de usuários vasta e diversificada, oferecendo grupos, eventos e uma plataforma robusta para anúncios e marketing. Os usuários utilizam o Facebook para manter contato com amigos e familiares, participar de grupos de interesse e consumir uma ampla gama de conteúdo, desde notícias até entretenimento.

Para ilustrar as práticas de comunicação dos conselhos de saúde nas mídias sociais, são apresentadas a seguir a captura de tela das mídias sociais dos mesmos, representadas nas Figuras 1 e 2<sup>1</sup>, incluídas neste estudo, permitindo uma análise visual das mídias utilizadas por essas entidades.

---

<sup>1</sup> As capturas de tela anexadas neste trabalho foram incluídas com o propósito de ilustrar, de maneira concreta, como os Conselhos Estaduais de Saúde estão utilizando as mídias sociais para interagir com a sociedade. Cada imagem selecionada evidencia práticas reais de comunicação, permitindo uma análise visual e prática do conteúdo compartilhado por essas entidades.

Figura 1 – Captura de tela da página do Facebook do Conselho Estadual de Saúde de São Paulo



Fonte: Perfil [www.facebook.com/cessp](http://www.facebook.com/cessp)

Figura 2 – Captura de tela de post no perfil do Facebook do Conselho Estadual de Saúde de São Paulo

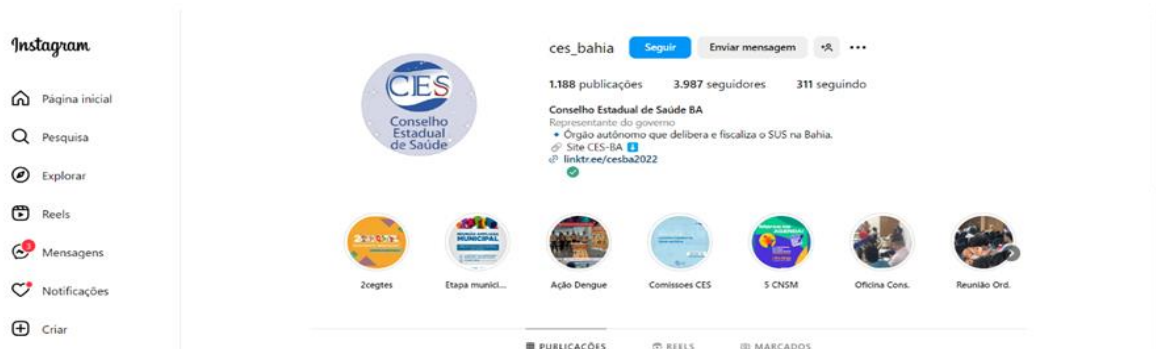


Fonte: Perfil [www.facebook.com/cessp](http://www.facebook.com/cessp)

O Instagram, por sua vez, foca em conteúdo visual, como fotos e vídeos, além de recursos como *Stories* (publicação com duração de exibição aos seguidores de 24 horas) que

mantêm os usuários engajados. Preferido por usuários mais jovens, o Instagram é usado para compartilhar momentos pessoais, seguir influenciadores e marcas, e descobrir novos conteúdos.

Figura 3 – Captura de tela da página do Instagram do Conselho Estadual de Saúde da Bahia



Fonte: Perfil [www.instagram.com/ces\\_bahia/](http://www.instagram.com/ces_bahia/)

Figura 4 – Captura de tela de post no perfil do Instagram do conselho estadual da Bahia



Fonte: Perfil [www.instagram.com/ces\\_bahia/](http://www.instagram.com/ces_bahia/)

O X (ex-Twitter) é conhecido como uma plataforma de microblogging que permite aos usuários publicar pequenas atualizações ou mensagens de texto, com fotos ou vídeos curtos. A plataforma permite atualizações rápidas e interações diretas com figuras públicas, marcas e outros usuários. Os usuários utilizam o X (ex-Twitter) para se manter atualizados com

notícias em tempo real, participar de discussões públicas e compartilhar pensamentos e opiniões de forma concisa.

Com a capacidade de gerar discussões e tendências virais, o X (ex-Twitter) é uma ferramenta poderosa para o engajamento e a mobilização social. Além disso, o uso de hashtags (que são palavras ou frases precedidas pelo símbolo “#”, conhecido popularmente como “jogo da velha”) facilita a organização e a busca de tópicos específicos, tornando a plataforma propícia para acompanhar eventos e debates ao vivo. A interação em tempo real e a possibilidade de responder rapidamente a acontecimentos tornam o X (ex-Twitter) uma plataforma dinâmica e influente.

Figura 5 – Captura de tela da página do X (ex-Twitter) do Conselho Estadual de Saúde de São Paulo



Fonte: Perfil [www.x.com/ces\\_sp/](http://www.x.com/ces_sp/)

Figura 6 – Captura de tela de post no perfil do X (ex-Twitter) do conselho estadual de São Paulo



Fonte: Perfil [www.x.com/ces\\_sp/](http://www.x.com/ces_sp/)

Compreender o comportamento dos usuários no Facebook, Instagram e X (ex-Twitter), e as razões pelas quais essas plataformas são amplamente utilizadas, pode ajudar a direcionar melhor as estratégias de marketing direcionada a diferentes públicos. No Facebook, a diversidade de funcionalidades permite uma comunicação mais abrangente e a criação de comunidades fortes. No Instagram, o apelo visual e as funcionalidades de vídeos curtos mantêm os usuários engajados e conectados a tendências e influenciadores. Já no X (ex-Twitter), a rapidez e a concisão das postagens permitem uma comunicação eficaz e imediata, ideal para atualizações em tempo real e interações públicas.

Portanto, é possível averiguar que as redes sociais desempenham um papel crucial tanto na comunicação quanto na disseminação de informações. Elas fornecem uma variedade de recursos e ferramentas que facilitam o relacionamento e a interação entre os usuários, como o chat, além de oferecerem meios para a obtenção de notícias e informações em tempo real.

Analisar a atuação dos Conselhos Estaduais de Saúde nas mídias sociais é crucial para que se compreenda e se alcance os objetivos propostos nesta pesquisa, que visa entender como as mídias sociais são usadas pelos Conselhos Estaduais de Saúde para se comunicar com a sociedade sob uma perspectiva de accountability.

### **2.3 Mídias sociais na administração pública**

O engajamento dos cidadãos não apenas passou por mudanças, mas também se intensificou, e a conscientização em relação aos seus direitos aumentou, tornando fundamental o uso de mecanismos, como as tecnologias, para promover um relacionamento mais estreito entre os cidadãos e as organizações públicas (Lin; Kant, 2021). Nesse sentido, o estudo indica que uma das formas mais eficazes de estreitar a relação entre cidadão e administração pública é o uso das mídias sociais.

Devendo o interesse do cidadão prevalecer sempre, de acordo com os princípios constitucionais e normas, tudo deve ser feito pelo poder público em prol do povo, inclusive no que se refere à criação de ferramentas e instrumentos que propiciem uma maior aproximação entre gestão pública e sociedade (Viana, 2021).

Antes de se falar no uso das mídias pelo poder público, é importante esclarecer que o direito à informação é um direito fundamental no Brasil. A Constituição Federal de 1988, em seu Artigo 5º, inciso XXXIII, contempla o direito à informação e o eleva ao patamar de direito fundamental:

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob

pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do estado; (BRASIL, 1988)

No âmbito do relacionamento dos entes públicos com os cidadãos, as mídias sociais servem de veículo (Viana, 2021). No contexto organizacional, ressalta-se a presença das TICs e o seu relevante papel para o fortalecimento da comunicação institucional. Assim, dada a sua importância, a Administração Pública Federal publicou a Instrução Normativa nº 06, de 23 de dezembro de 2021, que estabelece as diretrizes de segurança da informação para uso seguro de mídias sociais nos órgãos e nas entidades da administração pública federal, no que se refere aos perfis institucionais (Kinchieski; Ramos; Kinchieski Junior, 2019).

A Instrução Normativa 06/2021 trata das competências relacionadas ao uso seguro de mídias sociais dentro de órgãos e entidades governamentais. A equipe de administração e gestão de perfis institucionais em mídias sociais tem a responsabilidade de criar, alterar e controlar esses perfis, bem como remover postagens que possam representar riscos à segurança da informação. Além disso, a equipe deve elaborar um relatório mensal sobre a utilização das mídias sociais, contendo informações como contas criadas, excluídas, seguidores registrados e postagens realizadas e removidas.

Ainda sobre a Instrução Normativa 06/2021, esta estabelece que apenas servidores, empregados públicos e militares autorizados podem realizar ou permitir postagens em nome do órgão ou entidade por meio das mídias sociais. Informações classificadas ou de acesso restrito não podem ser publicadas nas mídias sociais. É responsabilidade do órgão ou entidade definir os prazos de permanência das postagens para evitar riscos decorrentes de informações desatualizadas.

Além do mais, é necessário observar as normas de proteção de dados pessoais ao publicar informações. Conteúdo inapropriado, como material ofensivo, obsceno, pornográfico, discriminatório, difamatório ou que infrinja leis de propriedade intelectual ou privacidade, também não é permitido. Caso algum conteúdo inadequado seja recebido por meio de um perfil institucional, o responsável deve comunicar o fato ao administrador para a adoção de providências. Assim, verifica-se que mesmo a administração pública deve seguir as diretrizes e normas para o uso seguro e regular da internet, em especial para o fornecimento de dados, a comunicação e o diálogo com a sociedade.



## 2.4 Accountability

Na língua portuguesa, não temos uma tradução literal do termo *accountability*, ou seja, não temos uma única palavra que possa traduzir seu significado; entretanto, podemos elencar um conjunto de palavras que possam expressar seu sentido, como a prestação de contas, a obrigação de fazer e a responsabilidade que vem acompanhada de ações (Campos, 1990; Bovens, 2007; Zapelin, 2017).

Para Rocha (2007), a *accountability* pode ser descrita como a responsabilização dos governantes públicos no que diz respeito à avaliação da legalidade, da economia, da eficiência, da eficácia e da efetividade e conformidade dos atos que são realizados em decorrência do poder que a sociedade outorga para seus representantes na gestão pública, mediante o voto.

Monteiro; Pereira e Tomaz (2016) direcionam a *accountability* para elementos como a participação social, a prestação de contas e a transparência. Nesse sentido, a discussão aponta para a responsabilização e a transparência como forma de melhorar a eficiência das decisões dos gestores públicos (Loureiro; Abrucio, 2003).

Os princípios como a eficiência, a probidade, a legitimidade, a equidade, a responsabilidade, a transparência e a *accountability* são sugeridos pelo Banco Mundial como os princípios da boa governança pública (TCU, 2014). Nesse sentido, para que a governança pública seja efetiva, é necessário que haja um Estado de direito e uma sociedade civil engajada em questões de políticas públicas, instrumentalizando uma melhor gestão (TCU, 2014; Sacramento, 2015; Pinho, 2015).

Para Bovens (2010), a *accountability* pode ser entendida a partir de dois conceitos: um mais amplo, pelo qual a mesma é vista como uma virtude pessoal ou organizacional, e um sentido mais restrito, no qual ela é definida como um mecanismo ou uma relação social. Ambos os conceitos são importantes para o debate sobre governança, democracia e controle social. Entretanto, devemos distingui-los, já que abordam padrões e estruturas diferentes.

Como uma virtude, a *accountability* é aquela que exige que os atores políticos sejam responsáveis perante o público e que ajam de acordo com o que é considerado correto, mesmo que não estejam sujeitos a sanções formais. Essa concepção se baseia em um conjunto de normas éticas e morais que guiam o comportamento dos atores políticos e que são internalizadas por eles.

A *accountability*, em um sentido mais restrito, é definida como uma relação social entre um ator e um fórum, na qual o ator tem a obrigação de explicar e justificar sua conduta,

o fórum pode fazer perguntas e julgar, e esse ator pode encarar as consequências de suas ações. A palavra *accountability* está intimamente ligada à faculdade de algo ou alguém em dar satisfação a outro por alguma coisa, isto é, ser responsável por suas ações e consequências, assim como estar disposto a esclarecer seus atos quando solicitado (Bovens, 2007; 2010).

Ainda na concepção de Bovens (2010), a *accountability* pode ser compreendida como a utilização de mecanismos que possibilitem às instituições serem mais responsivas tanto no impulsionamento da sociedade na participação e na construção de melhorias para a coletividade, quanto para justificar e informar o controle externo e social sobre as ações por elas praticadas.

Nesse sentido, a *accountability* é compreendida como sendo uma relação entre dois atores, governantes e cidadãos, e, nesta relação, o governante tem como obrigação informar e justificar suas ações para o cidadão. Já o cidadão deve ter condições e estrutura para questionar, avaliar, julgar e sancionar as ações do governante. Sendo assim, temos um contexto no qual há uma dupla obrigação: de um lado, a sociedade tem que manter-se atenta e vigilante quanto às ações dos governantes que escolheu para lhe representar; de outro lado, o governante deve prestar contas de suas ações para a sociedade.

Em um sentido mais amplo, a *accountability* é usada como um conjunto normativo, ou seja, como um conjunto de normas e de comportamento a ser seguido pelos agentes envolvidos. Assim, ela é entendida como uma virtude, ou como um conjunto de características positivas dos agentes ou da organização (Overman; Schillemans, 2022).

A *accountability* como virtude refere-se a um conjunto de padrões de comportamento desejável por parte dos funcionários, dos órgãos governamentais ou das empresas. Portanto, o conceito normativo de *accountability* no sentido mais ativo de virtude é muito amplo e é usado para caracterizar positivamente o desejo de ser transparente, justo e equitativo dos agentes envolvidos (Bovens, 2010).

Estando cientes da multiplicidade no uso do conceito de *accountability*, podemos dizer que ela não é tão simples como somente o ato de prestação de contas, como uma virtude, mas seu conceito vai além e está intimamente ligado à transparência, à responsividade, ao controle, à capacidade de resposta etc.

Conforme discutido por Andrade e Aragão Neto (2019), a relevância do estudo da *accountability* se dá porque esta incentiva o aprimoramento da burocracia pública e a consolidação da democracia, pois é notadamente indispensável a *accountability* para que haja o desenvolvimento democrático.

Para não confundir accountability com controle, que, apesar de possuírem grande proximidade em seus significados, não são a mesma coisa, visto que controle é a capacidade de se atenderem às demandas por meio das imposições previstas em lei, podemos explicitar que a tradução mais superficial de accountability se trata da responsabilidade de prestação de contas, mas não podemos ignorar que sua definição ultrapassa esse sentido, já que compreende o sentimento de se ter a responsabilidade de prestação de contas para a sociedade.

Assim, para fins deste estudo, definimos a accountability como um compromisso abrangente que inclui não apenas a prestação de contas, mas também a adoção de uma postura de transparência, responsabilidade, participação social e capacidade de resposta. Esse conceito envolve um compromisso ético e moral por parte dos conselheiros, os quais devem não apenas divulgar suas ações e decisões de forma clara e acessível, mas também agir com integridade, justiça e equidade, estando prontos para serem escrutinados e justificar suas condutas diante do público.

Para alcançar essa accountability, uma forma de implementação poderia ser por meio da utilização de mídias sociais, já que estas são um canal de fácil acesso ao qual a população já está acostumada. A accountability, nesse contexto, promove uma cultura de governança participativa, incentivando uma relação dinâmica entre gestores públicos e cidadãos, onde há espaço para feedback, crítica e diálogo construtivo. Os conselhos de saúde podem utilizar suas mídias sociais para não só informar e divulgar suas atividades e decisões, mas também como canal de comunicação efetivo que permita a interação e a participação ativa da comunidade.

Portanto, a accountability para os conselhos de saúde nas mídias sociais significa comprometer-se com a clareza, justificar as ações tomadas e estar aberto ao diálogo com a sociedade. Isso implica uma divulgação proativa de informações, a promoção de espaços de diálogo nos quais a comunidade possa expressar suas opiniões e preocupações, e um compromisso com ações que sejam justas, equitativas e que respondam às necessidades da comunidade de forma responsiva."

## **2.5 Accountability sentida**

As pesquisas sobre a accountability na administração pública foram realizadas simultaneamente com as pesquisas de accountability em ciências comportamentais, como a psicologia (Aleksovka; Schillemans; Grimmelikhuijsen, 2019), ciência que observa a accountability a partir de uma perspectiva de processo interpessoal (Lupson; Partington, 2011;

Romzek; Leroux; Blackmar, 2012). Grande parte desses estudos em psicologia a conceitua como accountability sentida.

A noção de accountability sentida, profundamente explorada por Aleksovka, Schillemans e Grimmelikhuijsen (2019), oferece uma perspectiva valiosa sobre a responsabilidade, e essa concepção de responsabilidade, como detalhado por Hall, Frink e Buckley (2017), vai além da conformidade com normas externas, sendo internalizada pelos indivíduos como uma obrigação moral e ética de agir corretamente.

Klingner; Nalbandian e Romzek (2002) explicam que a accountability sentida é uma forma de responsabilidade que não é imposta externamente, mas sim internalizada pelo indivíduo, ou seja, a pessoa sente-se responsável não apenas porque é obrigada por leis ou regulamentos, mas porque acredita que é sua responsabilidade moral e ética fazer o que é certo.

A accountability sentida se refere à sensação ou sentimento de responsabilidade pessoal que um indivíduo experimenta em relação às suas ações e decisões. Essa sensação de responsabilidade pode ser influenciada por vários fatores, incluindo crenças pessoais, valores, formação profissional e socialização (Hall; Frink; Buckley, 2015).

A accountability sentida é classificada em quatro dimensões:

a) accountability-fonte: que se refere à instituição ou pessoa a quem se deve prestar contas ou a quem a prestação de contas é devida;

b) foco na accountability: ocorre quando o indivíduo é responsabilizado por suas ações e processos;

c) accountability-relevância: quando o indivíduo é responsável por processos, decisões e resultados de muita importância; e

d) accountability-intensidade: é evidenciada pela multiplicidade de accountability.

Nessa perspectiva, na administração pública, Overman e Schillemans (2022) trazem essa discussão da impressão mental de mecanismos de accountability sentida. Para os autores, a sensação de que os agentes serão cobrados e responsabilizados por seu comportamento e desempenho no futuro torna suas ações mais monitoradas, o que impacta em seu comportamento e tomada de decisão. A accountability sentida, nessa perspectiva, leva a uma tomada de decisão individual mais inspecionada que, conseqüentemente, segundo os autores, irá proporcionar um melhor desempenho organizacional.

A accountability sentida, trazida da psicologia para a administração pública, considera a percepção do gestor antes de prestar contas do ato, ou seja, é a tomada de decisão baseada na expectativa ou no sentimento de como sua decisão poderá impactar e que retorno esta

proporcionará ao gestor, pautado na percepção futura do ato ainda não praticado (Hall; Bowen; Ferris; Royle e Fitzgibbons, 2007). A accountability sentida, em uma concepção individual, é oriunda a partir de uma resposta ao ambiente de accountability em que o agente atua (Hall; Bowen; Ferris; Royle e Fitzgibbons, 2007).

Nesse ambiente, os Conselhos Gestores, conforme sugerido pelos estudos de Klingner; Nalbandian e Romzek (2002), encontram uma oportunidade ímpar de aplicar a accountability sentida ao interagirem nas redes sociais. Essas plataformas se tornam espaços dinâmicos onde a responsabilidade não é apenas uma expectativa imposta, mas um compromisso pessoal sentido pelos gestores para com a sociedade. Isso reflete uma mudança paradigmática na administração pública, onde a prestação de contas transcende a formalidade e se torna uma expressão autêntica de ética e responsabilidade social.

A aplicação da accountability sentida nas redes sociais por parte dos Conselhos Gestores, como ilustrada por Overman e Schillemans (2022), ressalta a importância da percepção prévia dos gestores em suas decisões. A sensação de que serão responsabilizados por suas ações motiva uma conduta mais cautelosa e uma tomada de decisão mais consciente, o que, segundo Hall; Bowen; Ferris; Royle e Fitzgibbons (2007), leva a um desempenho organizacional superior.

Sendo assim, a integração desses conceitos com a atuação dos Conselhos Gestores nas redes sociais representa uma evolução significativa na maneira como a administração pública se comunica e se relaciona com os cidadãos. A accountability sentida, embasada nas contribuições teóricas de Klingner; Nalbandian e Romzek (2002), Grimmelikhuijsen; Hall; Frink; Buckley (2015); Aleksovka; Schillemans (2019) e Overman; Schillemans (2022), ressalta a importância de uma gestão pública que não apenas responde a expectativas externas, mas que também é impulsionada por um compromisso interno com a ética, a justiça e o bem-estar da sociedade.

Diante disso, observa-se que a forma e o grau de accountability influenciam a governabilidade das diferentes sociedades e como algumas instituições, como os Conselhos Setoriais e o Orçamento Participativo, impactam o grau de governança e a governabilidade.

## **2.6 Teoria da democracia digital, transformação digital e maturidade digital**

A democracia refere-se à soberania popular como forma de governo e, nesse princípio, o termo democracia digital pode ser conceituado como o uso de tecnologias digitais com o intuito de adaptar ou incorporar novos procedimentos ao processo político, com a finalidade

de atender aos princípios da democracia (Almada, 2019; Sampaio, 2019). Para que o conceito de Democracia Digital seja entendido, é necessário que haja condições objetivas e concretas para se definir o que vem a ser o tema (Pinho; Sacramento; Raupp, 2020).

Sendo assim, é possível compreender a democracia digital como um campo que aborda a relação entre as tecnologias digitais de comunicação e os princípios das práticas democráticas, o que envolve a utilização do acesso à informação como um instrumento de controle tanto social quanto institucional (Sampaio et al., 2022).

Partindo da perspectiva de democracia digital, o uso da internet possibilita várias oportunidades, entre as quais podemos destacar sua utilização para que a sociedade possa acompanhar as ações da administração pública, o que foi reforçado com o advento da Lei Complementar nº 131/2009 e da Lei nº 12.527/2011, Lei da Transparência e Lei de Acesso à Informação (LAI), respectivamente, que regulamentam o acesso à informação e obrigaram os entes públicos a apresentarem suas informações sobre suas ações governamentais.

A promoção da transparência no âmbito público constitui um dos fundamentos das democracias representativas contemporâneas. Através do acesso a informações públicas pertinentes, atualizadas e confiáveis, a sociedade tem a capacidade de monitorar e supervisionar as atividades do governo, possibilitando a participação, a formulação de opiniões e o engajamento nas políticas e decisões de interesse público (Almada et al., 2022).

Nesse novo cenário digital, que está em constante evolução e transformação, o cidadão não só se comunica rapidamente em interações privadas, mas também se mantém ligado às redes sociais digitais de instituições políticas e estatais, que, inevitavelmente, tiveram que acompanhar o avanço tecnológico atual (Leão, 2023).

Assim, as plataformas que são alimentadas pelo poder público devem transformar-se em mecanismos de participação democrática a partir da interação entre governo e sociedade, fornecendo informações claras e acessíveis sobre as atividades do governo, orçamentos, políticas e projetos.

Atualmente, podemos dispor de quase todos os serviços de forma digital, os quais são desde a inscrição eleitoral até uma consulta com a telemedicina. Entretanto, na contramão desse progresso, temos uma grande parcela da população que não dispõe dos recursos necessários para acessar esses serviços.

O Brasil avançou no processo de e-gov e na prestação de contas eletrônica. Mas é importante reconhecer que essa democratização digital ainda não alcançou todos os estratos da sociedade de forma equitativa, ou seja, não avançou na mesma proporção que o processo democrático digital (Pinho; Sacramento; Raupp, 2020).

Contudo, o conceito de democracia digital, que se baseia no uso de tecnologias digitais para aprimorar os processos políticos e abraçar os princípios democráticos, enfrenta o desafio de garantir que essa inclusão digital seja verdadeiramente representativa de toda a diversidade da sociedade. Portanto, para que os avanços no e-gov se alinhem com a democracia digital, é preciso assegurar uma democratização tecnológica que alcance a totalidade da população, possibilitando assim uma participação efetiva e equânime.

Nesse contexto, com o objetivo de agregar valor, as organizações dos mais diversos ramos têm como prioridade desenvolver técnicas para a transformação digital. A transformação digital consiste em mudanças radicais nos modelos, nos processos e no comportamento das organizações (Matt, 2015).

Sendo assim, a democratização tecnológica e os esforços das organizações em direção à transformação digital criam um ambiente propício para ampliar não apenas os processos democráticos, mas também a inovação e a acessibilidade, promovendo uma sociedade mais inclusiva e capacitada tecnologicamente.

Diante desse contexto, o tema da transformação digital nasce como um novo tipo de transformação a ser estudado, trazendo consigo novas expectativas e desafios com a adoção de ferramentas e tecnologias alicerçadas na maturidade digital das organizações. A capacidade de se adaptar e inovar é agora influenciada de maneira profunda pela dinâmica da era digital. A abordagem dessas informações pode não apenas fortalecer a participação cidadã, mas também moldar um futuro mais progressivo e inclusivo.

Nesse sentido, a transformação digital como objeto de estudo é conceituada por Matt (2015) como a reformulação dos processos que tem a finalidade de melhorar a dinâmica organizacional, ou seja, a transformação digital representa um novo conceito de oferecer produtos e serviços ao público-alvo utilizando as tecnologias e ferramentas digitais. A transformação digital pode ser entendida também como uma renovação da cultura digital pelos usuários e organizações que são impulsionados para as estruturas de plataformas digitais (Met et al., 2020).

Para Met et al. (2020) e Matt (2015), a maturidade digital engloba quatro níveis:

a) o primeiro nível é classificado como "iniciante" - neste nível, as empresas usam ferramentas como e-mail, internet e softwares internos, mas não possuem pressa em mudar para novas formas de tecnologias digitais;

b) o segundo nível é classificado como "conservador" - embora essas empresas tenham visão e estrutura efetivas em relação à adaptação às novas tecnologias, elas não são audaciosas;

c) o terceiro nível é classificado como "fashionista" - neste nível, há muita disposição em se adaptar às novas tecnologias; entretanto, as empresas não têm uma visão clara nem organização suficiente para serem um negócio digital; e

d) o quarto nível é classificado como "digirati" - neste nível, a organização possui forte visão acerca da utilização de novas tecnologias e pode se adaptar a elas, utilizando a transformação digital como um diferencial para agregar valor."

## **2.7 Controle social**

Por meio de emendas populares, a sociedade civil influenciou a construção da Constituição Federal do Brasil de 1988 e, dentre as conquistas, encontra-se a definição da descentralização e a participação popular na elaboração das políticas públicas, e, por isso, esse período é considerado um importante marco para o Controle Social no Brasil, pois houve um grande movimento de luta, a fim de ampliar os mecanismos de diálogo entre o Estado e os cidadãos (Costa; Vieira, 2013; Rolim, 2013).

Idealmente, a sociedade civil organizada, através dos conselhos, teria força e voz, e poderia exigir por mais transparência nos atos da administração pública e pelo cumprimento dos programas de governo quanto ao atendimento da eficiência, da eficácia e da efetividade. Para isso, seria necessária uma ação conjunta dos poderes Executivo, Legislativo, Judiciário, e do Ministério Público, assim como também a participação dos cidadãos na elaboração de políticas públicas (Pessoto et al., 2007).

Segundo Correia (2008), o controle social é uma expressão que nasceu na sociologia e, de uma forma bem ampla, o termo pode ser empregado para descrever os meios de ordem social que direcionam a sociedade e orientam os indivíduos a determinados costumes sociais e morais para garantir a conformidade de comportamento das pessoas.

A autora supracitada afirma ainda que, na teoria política, a expressão controle social apresenta uma ambiguidade, que pode expressar tanto o controle da sociedade sobre as ações do Estado, como também o controle do Estado sobre a sociedade.

Rezende (2013) corrobora com a afirmação acima ao afirmar que a expressão Controle Social pode ser utilizada em duas acepções: a primeira pode ser entendida como o controle do Estado sobre a sociedade; já a segunda, como o controle da sociedade sobre as ações do Estado. Nessa segunda acepção, o controle social tomou vulto a partir da década de 1980. O conceito ganhou importância no Brasil com o processo de redemocratização e com a fixação



na Constituição Federal de 1988 dos mecanismos de participação da sociedade nas políticas públicas (Cristo, 2012).

Nesse contexto, para Duarte e Machado (2012), o Controle Social, que antes era o poder do Estado regulando as ações da sociedade, hoje passa a ter um novo conceito, no qual a sociedade civil organizada participa e intervém no poder do Estado para o bem comum. Dentre os direitos conquistados pela população, pode-se destacar o controle social no Sistema Único de Saúde (SUS), que foi garantido pelo princípio da participação da comunidade, assegurado na Constituição Federal de 1988.

De acordo com Fox (2019), a mera divulgação de informações não é suficiente para garantir um controle social efetivo. É necessário implementar ações que promovam ambientes favoráveis à ação coletiva e que aumentem o engajamento social. A prática do controle social destaca a influência significativa da participação da sociedade na gestão pública e como isso contribui para melhorar o desempenho dos serviços públicos. Para o autor, a administração pública precisa estar pronta para atender às demandas e às necessidades da sociedade e para fornecer mecanismos para que as pessoas possam exercer esse controle.

Estudos como os de Cleaver (1999) discutem e expõem os argumentos a favor da participação: (1) formas de aumentar a eficiência de programas e projetos, (2) formas de transformar as relações de poder e (3) formas de promover o empoderamento das pessoas.

Ressalta-se, por exemplo, que os conceitos de programa e de eficiência do programa podem ser vinculados ao conceito de política pública e aos aspectos de controle da implementação, o que pressupõe que a participação da sociedade é o objeto de interesse deste estudo.

Organismos internacionais, como o Banco Mundial (1997), perceberam a necessidade da participação da sociedade civil na proposta de agenda de reformas dos países em desenvolvimento, constatando a necessidade de reduzir a abrangência do Estado, transferindo funções estatais para o setor privado, descentralizando a fiscalização e o poder administrativo aos níveis locais e de estabelecer mecanismos para promover a participação popular.

A partir do processo de determinação do grau de envolvimento da sociedade, White (1996) classifica quatro tipos: nominal, instrumental, representacional e transformacional. De acordo com o autor, o envolvimento nominal (1) é caracterizado como uma encenação, sem um real engajamento; o envolvimento instrumental (2) é visto como uma forma de aumentar a eficiência de projetos; o envolvimento representacional (3) visa dar voz aos interesses da população; e o envolvimento transformacional (4) é entendido como empoderamento, o que, em última instância, resultaria em uma agenda de base.

Portanto, por se tratar de um processo dinâmico, os diferentes tipos de participação podem ser visualizados como etapas conjuntas e contemporâneas na democracia. Nesse sentido, dependendo dos objetivos, a encenação pode ser vista como uma fase inicial, enquanto o envolvimento real começa a surgir na etapa seguinte, caracterizada pela participação efetiva dos envolvidos na promoção da democracia e do contexto social. Isso pode levar os participantes a questionarem seu papel no espaço de envolvimento e a buscar uma participação mais significativa em seu contexto social.

Nesse contexto, vinculando o processo de participação social ao conceito de controle social, Bresser Pereira (1998) discorre extensamente sobre os mecanismos de controle que espera emergir das reformas e destaca a necessidade da gestão social da administração pública como proposta de uma forma de compensação que reduz o controle legal dos procedimentos (papel burocrático do Estado) e complementa o controle dos resultados (papel gerencial).

Esse é um ponto importante do Plano de Reforma do Estado que reconhece e revela a necessidade de mecanismos de controle social que proporcionem, ao mesmo tempo, a redução dos controles formais afastados pela reorganização administrativa. Loureiro e Fingerhann (1992) confirmam isso, argumentando que a descentralização do poder estatal exige que a sociedade participe cada vez mais do controle do Executivo em nome do controle social.

Há autores, entre eles Loureiro e Fingerhann (1992), Cunill Grau (1996), Bresser Pereira (1997) e Di Pietro (2005), que identificam o conceito de controle social como a possibilidade de grupos sociais (sociedade civil) atuarem por meio de qualquer forma na qual a democracia participa do controle do comportamento do Estado e dos gestores públicos.

### 2.7.1 Controle social e políticas públicas

Incorporado na Constituição Federal de 1988, por meio do princípio da participação, o controle social pode ser entendido como o processo pelo qual o povo participa na definição, na execução e no acompanhamento de políticas públicas (Cristo, 2012).

Nesse contexto, a partir da década de 1990, a gestão pública passou por uma transformação significativa, possibilitando mais participação e inclusão. Nesse período, foram criados diversos conselhos de representação social, o que possibilita a participação ativa da sociedade civil na gestão pública. A sociedade civil organizada foi incluída nesses conselhos, ampliando a representatividade e a diversidade de vozes nas decisões governamentais (Gomes; Órfão, 2021).

Na atualidade, os conselhos são amplamente adotados nos municípios e estados do Brasil, principalmente em função dos princípios constitucionais que asseguram a participação do cidadão na condução das políticas públicas (Gomes, 2015).

O processo participativo se configura como um elemento fundamental tanto para a construção quanto para a manutenção de uma sociedade democrática (Penna; Carvalho; Zanandrez, 2023). Nesse sentido, o controle social é um instrumento que pode garantir que as políticas e as leis sejam construídas de forma participativa e colaborativa, com a inclusão da sociedade civil na tomada de decisão. Como instrumento participativo, o controle social possibilita que a sociedade monitore e avalie a implementação dessas políticas públicas e leis. Portanto, o controle social pode ser usado como uma ferramenta fundamental para a promoção da democracia.

No contexto brasileiro, o controle social possui como sustentáculo a participação popular, ou seja, é a própria participação dos cidadãos na gestão pública. Essa participação funciona como um mecanismo de controle das ações do Estado e fortalece a cidadania (CGU, 2012).

Costa e Souza (2020) afirmam que, para efetivar o controle social, é necessário que os órgãos públicos promovam a participação ativa da sociedade. Dessa forma, é possível utilizar diversos mecanismos para exercer o controle, além de adotar formas que permitam a participação popular na gestão pública e criar possibilidades de interação entre a sociedade civil e o governo.

O controle social é uma prática que pode garantir a transparência e a efetividade das políticas públicas e da gestão governamental. Entre os mecanismos de exercício de controle, estão algumas ferramentas que permitem à sociedade civil monitorar as ações do Estado e denunciar eventuais irregularidades, como audiências públicas, conselhos gestores, ouvidorias, mídias sociais e manifestações populares.

No Brasil, várias políticas públicas foram criadas com a participação da sociedade, tendo em vista a capacidade desta de influenciar as decisões governamentais e de alinhar-se aos princípios de um Estado Democrático de Direito que busca a responsabilização por suas ações junto aos cidadãos (Ferrarezi; Oliveira, 2012). Entre essas políticas, destacam-se o orçamento participativo, os conselhos gestores de políticas públicas e as conferências de políticas públicas.

Park (2020) define o orçamento participativo como um processo no qual os cidadãos têm a oportunidade de contribuir para a definição de prioridades em áreas determinadas do orçamento público, influenciando a tomada de decisões.

Nesse sentido, o orçamento participativo consiste em um processo de participação direta da população na definição de prioridades de investimentos em uma determinada região. Esse modelo de gestão funciona como um mecanismo para promover o diálogo e a negociação entre a população e o Estado e possibilita que se argumentem e se conciliem interesses conflitantes, e que se contribua para a publicização das políticas públicas, incentivando o interesse coletivo das pessoas.

É importante mencionar que o orçamento participativo tem respaldo constitucional, conforme o inciso XII do artigo 29 da Constituição Federal de 1988, e tem sido fortalecido pela Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF), especialmente pelo artigo 48, parágrafo único, inciso I, que trata sobre a transparência por meio da participação popular e da realização de audiências públicas durante a elaboração e a discussão de planos, leis de diretrizes orçamentárias e orçamentos.

Outro exemplo de participação popular nas políticas públicas são os conselhos gestores de políticas públicas. Os conselhos gestores de políticas públicas são órgãos colegiados que têm como objetivo a participação popular na gestão e na formulação de políticas públicas em suas áreas (Almeida et al., 2021).

Os conselhos gestores são obrigatórios nas três esferas de governo (municipal, estadual e nacional) em algumas áreas políticas, como, por exemplo, saúde, educação e assistência social, objeto desse estudo, e possuem funções deliberativas, tendo sua composição de ser paritária e de acordo com as leis que os regulamentam, de forma a representar a sociedade civil e o governo, garantindo a participação e o engajamento da população na gestão das políticas públicas.

Assim como as conferências de políticas públicas, que possuem, em sua essência de participação popular, o objetivo de envolver a população em discussões e na tomada de decisão sobre temas relevantes para a sociedade.

Não obstante os mecanismos de participação mencionados, podemos também exemplificar, como forma de participação popular, a Lei Maria da Penha, criada em 2006, que se trata de um conjunto de medidas de proteção e enfrentamento à violência contra as mulheres. A lei foi resultado de uma intensa mobilização da sociedade civil e de organizações de mulheres, que exigiram a criação de medidas mais efetivas para prevenir e combater a violência de gênero (Carone, 2018).

A Lei da Ficha Limpa também é um exemplo de lei criada a partir de uma iniciativa popular que coletou mais de 1,6 milhão de assinaturas em todo o país. A proposta foi apresentada ao Congresso Nacional em 29 de setembro de 2009, por meio de um projeto de

lei de iniciativa popular. A Lei da Ficha Limpa estabelece critérios mais rigorosos para a elegibilidade de candidatos a cargos públicos, com o objetivo de impedir a candidatura de pessoas com condenações por crimes eleitorais e contra a administração pública. A lei também prevê a cassação do registro ou diploma de candidato que for considerado inelegível, mesmo após a eleição (Doin; Dahmer; Schommer; Spaniol, 2012).

A sociedade pode e deve participar ativamente na criação e na implementação de políticas públicas e leis. A participação cidadã é fundamental para que haja políticas e leis que reflitam as necessidades e as demandas da população, além de garantir maior transparência e legitimidade no processo de tomada de decisão, assim como é importante que as autoridades estejam abertas ao diálogo com a sociedade e que valorizem a participação cidadã como um instrumento de construção de uma sociedade mais justa e democrática.

Sendo assim, o controle social pode se efetivar por meio de uma série de mecanismos, formas e possibilidades de participação da sociedade civil na gestão pública. Essa participação ativa é fundamental para garantir que as políticas públicas sejam implementadas de forma transparente, efetiva e democrática, em benefício de todos.

### 2.7.2 Conselhos sociais

O controle social é um espaço institucional de governança pública com participação da sociedade civil, tendo sido instituído no contexto da redemocratização do Brasil, com a abertura de canais de participação entre o Estado brasileiro e o cidadão para a tomada de decisão sobre as políticas sociais, como as de saúde e educação. Os órgãos de controle social trazem a viabilização do diálogo entre governos, trabalhadores, agentes econômicos privados e o cidadão. Os principais mecanismos legais para a operacionalização desse processo de governança participativa no país são as conferências e os conselhos sociais (Pacheco et al., 2020).

Segundo Almeida et al. (2022), ao longo das décadas de 1980 e 1990, no contexto das oportunidades abertas pelo processo de democratização do Brasil, a comunidade política da assistência social ampliou-se e pluralizou-se, e, como resultado, teve-se o processo de expansão dos conselhos gestores de assistência social pelo país, com desenho institucional uniforme que lhes confere poder deliberativo e lhes define competências.

Os conselhos são decorrentes, sobretudo, dos princípios constitucionais que garantem a participação do cidadão na condução das políticas públicas, das legislações regulamentadoras que, de maneira invariável, condicionam o repasse de recursos públicos,

como os impostos, à sua existência e ao processo de descentralização. Na atualidade, eles se disseminaram pelos municípios e estados do Brasil (Gomes, 2015).

Os conselhos sociais vieram a institucionalizar os espaços de participação cidadã na administração pública e se encontram inseridos nas normas jurídicas de operacionalização de diversas políticas públicas, inclusive no processo de escolha dos seus conselheiros, visando esse instrumento ofertar condições para que o cidadão possa avaliar, de forma direta, como os serviços e as políticas públicas estão sendo executados e estabelecer canais para a cobrança dos governos com relação às melhorias demandadas (Silva; Muniz, 2022).

A participação dos conselhos gestores de políticas públicas traz a necessidade de se avaliar o seu potencial para aprofundar o conteúdo democrático da gestão pública e para aumentar a eficiência das políticas públicas através do controle social (Gomes, 2015).

O papel dos conselhos em relação às organizações sociais consiste na fiscalização da gestão dessas organizações como representantes da sociedade, e, para isso, os conselhos devem agir de maneira transparente e viabilizar a prestação de contas das organizações sociais com linguagem adequada para os integrantes do Conselho. Os conselhos devem, para isso, ter independência política e liberdade para fiscalizar as ações sociais de seu âmbito, sendo essas premissas que devem ser atendidas para que os processos sejam mais efetivos e propositivos na visão desses atores institucionais (Pacheco et al., 2020).

Gomes (2015) elucida que, a partir da Carta Magna de 1988, os conselhos públicos tornaram-se instituições importantes no âmbito das políticas públicas. Decorrem eles dos princípios constitucionais que prescrevem a participação social na condução das políticas públicas, das legislações regulamentadoras e do processo descentralizador, tendo-se disseminado pelos municípios e estados brasileiros. No entanto, a expansão quantitativa dos conselhos não significa, de maneira necessária, o sucesso dessa nova institucionalidade na superação dos desafios.

A baixa capacidade de incidência dos conselhos nas suas respectivas políticas está relacionada a uma série de fatores, como a falta de autonomia dos conselhos, a falta de recursos financeiros e humanos, a ausência de participação efetiva dos conselheiros, a falta de articulação com outros atores e parceiros, e a baixa capacitação técnica dos conselheiros (Carlos; Silva; Almeida, 2018).

Revela-se necessário estabelecer uma gestão pública que não invista na centralização do poder de decisão apenas no Estado e que considere a complexidade das relações entre os atores envolvidos e incentive diferentes canais de participação (Oliveira et al., 2019). Tendo em vista a complexidade do mundo contemporâneo, no qual a participação dos cidadãos em

todas as questões da administração pública se mostrou impossível, a representação foi concebida como meio de viabilizar o regime democrático, e um dos caminhos foi a criação de conselhos gestores de políticas públicas (Silva, 2021).

O relato de experiências práticas que revelam problemas como deficiências com relação à representatividade dos conselheiros, à capacidade de estes deliberarem, de imporem suas decisões e de controlarem as ações do governo são as problemáticas mais recorrentes (Gomes, 2015).

Essa deficiência pode e deve ser sanada com o uso de ferramentas que auxiliem na melhor gestão dos conselhos sociais, e o uso das mídias sociais se revela especialmente eficaz (Silva, 2021). Esse meio de comunicação alternativo permite uma efetiva participação popular, até mesmo pela facilidade de acesso à maior parte dos cidadãos (Rodrigues; Silva; Belloli De Vargas, 2021).

De modo geral, os gestores consideram importante o uso das mídias sociais digitais para o relacionamento das instituições com o seu público-alvo. Entretanto, o estudo evidenciou que o seu uso na instituição poderia ser melhor aproveitado, inclusive estrategicamente (Kinchiescki; Ramos; Kinchescki Junior, 2019).

Apesar de existirem diversos conselhos gestores no Brasil e nas mais diversas áreas, interessa a este estudo a análise dos conselhos gestores de saúde por ser esta considerada uma área prioritária para o desenvolvimento social e humano de um país. É um setor que envolve políticas e programas complexos, que precisam ser planejados e implementados de forma integrada e coordenada.

### 2.7.3 Conselho de saúde

O processo de construção do Sistema Único de Saúde (SUS) no Brasil, regulamentado pela Constituição Brasileira de 1988, surgiu como uma das políticas públicas mais férteis para a superação de desigualdades em nosso país. Seus pressupostos básicos alicerçam-se nos princípios da universalização, da integralidade, da descentralização e da participação popular por meio da realização ou do acompanhamento tanto de ações educativas e preventivas quanto de cura e reabilitação (Cintra, 2017).

Na atualidade, ocorrem processos de mobilização social para acompanhamento das responsabilidades do governo na área da saúde (Pacheco et al., 2020). A saúde está entre as principais preocupações das políticas públicas brasileiras, ficando atrás apenas de questões econômicas e de sobrevivência, e esta relevância faz com que as políticas, as ações e os serviços de saúde assumam, cada vez mais, importância na agenda nacional (Cintra, 2017).

O conselho de saúde tem como papel a fiscalização das organizações de saúde e da gestão destas, e, para isso, deve agir com transparência, devendo ainda viabilizar a prestação de contas dessas instituições, inclusive tornando-as mais acessíveis e compreensíveis para todos. Os conselhos devem, para isso, possuir liberdade política e de fiscalização, de forma a atuar com liberdade e dentro das premissas que são propostas para os conselhos sociais, como bem colocam Pacheco et al. (2020).

No Brasil, a existência de um sistema de saúde público traz a necessidade de que as informações, em especial as financeiras, da saúde pública sejam acessíveis e transparentes. Assim, a compreensão sobre o desempenho, as estratégias e a agenda política do Sistema Único de Saúde (SUS) é de fundamental importância para a compreensão de suas problemáticas (Andrietta; Monte-Cardoso, 2022).

Os principais mecanismos legais para a operacionalização de uma governança brasileira mais participativa são as conferências e os conselhos de saúde (Pacheco et al., 2020).

O conselho, em relação às organizações sociais em saúde, consiste na fiscalização da gestão dessas organizações como representantes sociais. Agir de modo transparente, assim como viabilizar a prestação de contas das organizações sociais com linguagem acessível a todos, além da independência política e da liberdade para fiscalizar as ações de saúde, são premissas que devem ser efetivadas para que o processo de acompanhamento se torne mais efetivo e propositivo na visão desses atores institucionais (Pacheco et al., 2020).



Assim, os conselhos devem receber mais atenção do poder público, bem como mais investimentos, inclusive no âmbito do uso de tecnologias para uma maior participação social.

Nesse sentido, a efetividade da transparência das informações é alcançada por meio da combinação de transparência, publicidade e accountability. A publicidade está relacionada, sobretudo, à divulgação pública. Por outro lado, a transparência se relaciona ao compromisso de prestar contas, de traduzir as informações em uma linguagem clara e compreensível, de forma que tenham utilidade para a sociedade (Langella, 2021).

Visto isso, com a maior inserção digital, os conselhos podem ter acesso mais rápido e fácil a informações relevantes, assim como divulgar suas ações mais rapidamente e com maior alcance, o que pode envolver a sociedade de forma mais ativa e ajudá-los a tomar decisões mais acertadas e fundamentadas.

As mídias sociais também podem ser utilizadas por esses conselhos para divulgar informações sobre as decisões e as ações, tornando as atividades mais transparentes e acessíveis à sociedade. Além disso, as plataformas permitem que a população possa participar mais ativamente do processo de gestão, contribuindo com opiniões, sugestões e críticas, não só sobre a gestão, mas também sobre os atos dos próprios conselhos.

## **2.8 Estudos anteriores**

A seguir são apresentados estudos empíricos que abordaram o tema.

Fernandes; Spagnuolo; Nascimento (2017), através de uma pesquisa qualitativa alicerçada sob o método de um estudo de casos, realizaram um estudo com os conselheiros municipais de saúde para identificar a relação entre o acesso à informação e a inclusão digital. Como resultado, os autores puderam identificar que os conselheiros que não são incentivados a utilizar a internet e outros recursos digitais possuem menos acesso às informações, o que gera uma desigualdade entre os representantes dos conselhos.

Os conselheiros entendem que a inclusão digital é algo importante. Entretanto, por motivos como falta de conhecimento ou até mesmo o pouco acesso às TICs, ocasionado pela

falta de oportunidade de muitos conselheiros, estes não utilizam as ferramentas digitais para o fortalecimento do controle social (Fernandes; Spagnuolo; Nascimento, 2017).

Klein (2019) objetivou analisar a transparência das despesas do Legislativo Municipal através da implantação de um aplicativo. O intuito era saber se haveria a possibilidade de se implantar um aplicativo para monitoramento, em tempo real, das despesas do legislativo municipal, a exemplo da ferramenta empregada junto à Câmara dos Deputados.

O autor supramencionado justifica que não é suficiente que as informações constem no portal da transparência. Os dados disponibilizados nas páginas precisam se apresentar de forma amplamente clara, precisa e compreensível aos cidadãos. Ao empregar o aplicativo acessível ao cidadão, a aproximação deste com as decisões, com as despesas e com o orçamento público seria facilitada, de modo a viabilizar que o cidadão exerça sua cidadania de forma efetiva.

Morais e Teixeira (2021) analisaram como se posicionam os representantes dos usuários no Conselho Estadual de Saúde, concluindo que há baixa representatividade de alguns grupos populacionais, ressaltando a importância relativa da qualificação técnica diante da experiência acumulada pelos conselheiros e a necessidade de articulação destes com as bases sociais que pretendem representar, em especial na atual conjuntura política brasileira.

A pesquisa de Resende (2020), realizada em um conselho de assistência social, se propôs a discutir a comunicação entre o controle social e a população. A pesquisa objetivou compreender os pontos fortes e os pontos fracos das Tecnologias de Informação e Comunicação usadas para o exercício do controle social. Foi possível constatar que 100% dos entrevistados consideram importante o uso das tecnologias e de uma página online que direcione o usuário às ações desenvolvidas no Conselho.

O autor ainda relata que, para que a tecnologia de informação e comunicação se torne um recurso estimulador da democracia participativa, com informações tempestivas e fidedignas, e que promova a inclusão social, é indispensável a discussão que requeira a elaboração de políticas públicas de inclusão digital e a implantação de um banco de dados público a que a população tenha acesso para checar a confiabilidade das notícias e informações (Resende, 2020).

Os estudos realizados por Camargo (2020), por meio dos usos e apropriações de tecnologias digitais, não foram direcionados para o controle social, mas para a participação da sociedade civil, em especial da juventude, nas políticas públicas. Seus resultados assinalaram que, de um lado, as mídias digitais se apresentam como espaços favoráveis à participação e,

por outro lado, como ferramentas que dificultam a participação, haja vista que não são acessíveis a todos.

Já o estudo de Normando; Costa (2022) indicou que o Conselho Nacional do Ministério Público utiliza o X (ex-Twitter) como uma ferramenta adequada para fornecer informações ao público em geral, alinhando-se com o conceito de accountability. A análise mostrou que a utilização das redes sociais, como o X (ex-Twitter), permite maior proximidade com o público e contribui para a transparência e para a prestação de contas. O estudo concluiu que o X (ex-Twitter) pode ser uma forma eficaz de accountability extrainstitucional, trazendo informações de interesse público que antes eram acessíveis somente pelos meios institucionais.

A pesquisa realizada por Massuchin e Oliveira (2023) buscou analisar como a comunicação pública é desenvolvida por instituições representativas no Brasil, com foco na accountability, na transparência e na proximidade, manifestadas através de postagens no ambiente digital. O estudo utilizou o Facebook das Câmaras Legislativas das capitais como recorte empírico, analisando 963 postagens. Observou-se que a accountability foi o eixo mais presente nas postagens, indicando que as Câmaras utilizam mais a comunicação digital para prestar contas do que para demonstrar transparência ou proximidade com os cidadãos.

Ainda no estudo de Massuchin e Oliveira (2023), foi constatado que a forma de comunicação é mais relevante para estabelecer proximidade do que o diálogo efetivo com os cidadãos. A transparência ocorre principalmente na divulgação da agenda, não se aprofundando nos trâmites legislativos. Na pesquisa, a accountability foi evidenciada mais pelas ações dos vereadores do que pela divulgação de ações efetivamente implementadas.

Sendo assim, neste cenário dúbio, é preciso ponderar a função da mídia digital como instrumento de visibilidade política, não apenas de figuras políticas, mas também, e principalmente, de temáticas que geram engajamento público e participação. As pesquisas mostram que a participação político-cidadã está diretamente relacionada às categorias socioeconômicas – como escolaridade e grau de instrução, renda, faixa etária e hábitos culturais dos familiares.

Essas questões se reproduzirão igualmente na atividade política desempenhada, seja no ambiente off-line ou online. Isto é, no mundo digital, os padrões de fruição e de práticas ligados ao engajamento e à participação são, em alguma medida, homólogos aos do mundo off-line, do ponto de vista socioeconômico.

### 3 MÉTODOS

#### 3.1 Contexto, população e amostra

Com o advento e a popularização das mídias sociais, a responsabilidade de comunicar e de prestar contas às partes interessadas migra também para esse novo cenário.

A amostra foi composta pelas mídias sociais dos Conselhos Estaduais de Saúde, nas plataformas Facebook, X (ex-Twitter) e Instagram.

Quadro 3 – Universo da pesquisa

<b>Objeto</b>	Publicações nas mídias sociais dos Conselhos Estaduais de Saúde.
<b>Amostra</b>	Mídias sociais: Facebook, Instagram e X (ex-Twitter).
<b>Tempo</b>	A lacuna temporal inicia-se em 01/01/2019 e finaliza no dia 30/08/2023 (data de corte da coleta de dados).

Fonte: dados da pesquisa

A escolha desses conselhos se justifica pelo fato de os conselhos gestores de saúde estarem presentes em todos os estados brasileiros, além de possuírem padronização em sua instituição, ou seja, todos devem ser paritários e deliberativos (Almeida et al., 2021). Outro ponto importante é que a transferência de recursos federais é condicionada à sua criação.

A escolha por analisar conselhos em nível estadual foi fundamentada pelo fato de que a literatura aborda os conselhos nas diversas áreas em nível municipal. Entretanto, a literatura é escassa em relação aos conselhos em nível estadual, mesmo que esses conselhos sejam responsáveis por acompanhar e fiscalizar a execução das políticas públicas, além de propor ações e atividades para melhorar a qualidade dos serviços prestados.

A compreensão e o desempenho do papel dos conselhos gestores de saúde em nível estadual podem possibilitar a avaliação da efetividade desses conselhos na promoção da accountability, na melhoria da gestão de políticas públicas, na promoção da participação e do engajamento social, e na compreensão do papel desses conselhos na gestão pública.

Além disso, deve-se considerar na análise desses conselhos gestores os seguintes aspectos:

a) Importância social: Esses conselhos estão diretamente ligados a áreas essenciais para a sociedade, como a assistência social, a educação e a saúde. Portanto, a análise desses conselhos pode ajudar a entender como as políticas públicas nessas áreas estão sendo desenvolvidas e implementadas.

b) Participação da sociedade: Os conselhos gestores são compostos por trabalhadores da saúde, representantes da sociedade civil e do governo, o que significa que a participação da população nessas áreas é fundamental para o desenvolvimento das políticas públicas. Por isso, analisar esses conselhos pode ajudar a entender como a participação da sociedade está ocorrendo.

c) Transparência e accountability: Os conselhos gestores podem servir como mecanismos de transparência e accountability, ou seja, de prestação de contas de suas ações para com a sociedade. A análise desses conselhos pode ajudar a entender como o governo está agindo e como as políticas públicas estão sendo implementadas.

d) Controle social: Os conselhos gestores são importantes mecanismos de controle social, ou seja, de participação ativa da sociedade na gestão pública. A análise desses conselhos pode ajudar a entender como a sociedade está se organizando para exercer esse controle e como os próprios conselhos gestores estão colaborando e respondendo a essa participação.

O método utilizado para a pesquisa foi o abdutivo, o qual se baseia na teoria da abdução proposta por Peirce (1975), que é uma forma de raciocínio lógico que busca explicar fenômenos a partir de observações e evidências disponíveis, partindo de uma observação específica para chegar a uma conclusão mais geral. O autor definiu a abdução como a inferência de uma hipótese explicativa. Ou seja, diante de um fenômeno inexplicado, o raciocínio abdutivo consiste em formular a melhor hipótese possível que poderia explicar esse fenômeno. Essa hipótese, então, deve ser testada e avaliada para verificar sua validade.

A pesquisa usou o método abdutivo para chegar a conclusões sobre o uso de mídias sociais pelos Conselhos Estaduais de Saúde no Brasil. Para tanto, utilizou um axioma (teoria) de que as tecnologias digitais podem promover a transparência e a accountability e, a partir de fatos (observações) coletados das postagens nas mídias sociais dos conselhos, derivou diagnósticos. A pesquisa, assim, confirma a aplicação do método abdutivo, utilizando-se de observações específicas para formular e testar hipóteses, chegando a conclusões mais gerais sobre o uso das mídias sociais pelos conselhos de saúde, comparando as amostras, que consistirão nas publicações do período escolhido, e, a partir desses dados, será possível concluir os resultados.

A pesquisa usou uma abordagem quantitativa e qualitativa, sendo a última considerada por Denzin e Lincoln (2006) como uma pesquisa que abrange um vasto campo de disciplinas e que comporta um leque grande de métodos e abordagens, como a aplicação de questionários, a entrevista e a observação dos participantes, a análise interpretativa de dados,

entre outros. A pesquisa qualitativa em questão considerou o momento histórico dentro de uma amostra estudada.

### **3.2 Coleta de dados**

Para alcançar os objetivos propostos, empregamos os procedimentos metodológicos de pesquisa, os quais serão brevemente descritos a seguir e apresentados com maior detalhamento nos próximos itens.

Em relação à natureza, o presente estudo pode ser categorizado como uma pesquisa aplicada. Quanto aos objetivos, pode ser caracterizado como descritivo e possui uma abordagem mista, utilizando uma amostragem não probabilística.

Foi realizada uma análise de conteúdo referente às publicações nas mídias sociais no período de janeiro de 2019 a agosto de 2023. Essas mídias foram selecionadas porque o Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais do mundo, e a escolha das mídias sociais Facebook, Instagram e X (ex-Twitter) para este estudo baseia-se na sua ampla adoção e por serem as mais populares entre os brasileiros (Pacete, 2023).

O Facebook continua sendo uma das plataformas mais populares no país, especialmente entre as gerações mais velhas, proporcionando um meio robusto para a comunicação, o compartilhamento de informações e o engajamento comunitário. Sua base de usuários o torna uma ferramenta propícia para alcançar um público diversificado e extenso.

Ainda de acordo com Pacete (2023), o Instagram destaca-se pelo uso entre o público mais jovem, oferecendo um espaço para o compartilhamento de fotos e vídeos. Sua popularidade crescente deve-se à capacidade de fornecer uma experiência visualmente atrativa e de curta duração, incentivando o engajamento por meio das publicações. A forte presença do Instagram entre os brasileiros de faixa etária mais jovem e que estão conectados digitalmente faz dele uma plataforma oportuna para a análise de comportamento nas redes sociais.

O X (ex-Twitter), embora tenha uma base de usuários menor em comparação com o Facebook e o Instagram, é bastante relevante na disseminação de notícias e na facilitação de debates em tempo real. Sua natureza instantânea e o foco em atualizações curtas e frequentes fazem dele uma ferramenta preferida para acompanhar eventos ao vivo, tendências e discussões públicas.

Essas plataformas foram selecionadas não apenas por sua popularidade, mas também pela maneira particular como cada uma facilita diferentes formas de interação e de

engajamento. O uso extensivo do Facebook, do Instagram e do X (ex-Twitter) pelos brasileiros oferece uma representação abrangente dos hábitos e das preferências de mídia social no país, tornando essas redes sociais essenciais para uma análise mais ampla e representativa.

O recorte de tempo compreende o período considerado antes, durante e pós a pandemia da covid-19. Esse recorte é fundamentado em estudos como o de Normando; Costa (2022), que revelam que as publicações extrainstitucionais em mídias sociais aumentaram em mais de 200% desde o início da pandemia, ou seja, foi quando mais se intensificaram os serviços digitais. Então, o presente estudo procurou entender como os conselhos gestores estudados mantiveram seu engajamento nas mídias sociais e se as plataformas digitais utilizadas pelos conselhos proporcionaram maior accountability.

Os Conselhos estudados podem utilizar as mídias sociais como um instrumento de accountability para aumentar a transparência e a participação da sociedade na gestão pública. As mídias sociais, como o Facebook, o X (ex-Twitter) e o Instagram, permitem aos conselhos gestores compartilhar informações, prestar contas sobre suas atividades e interagir com os cidadãos.

Ademais, considera-se que a quantidade de dados obtida durante o período da pesquisa foi significativa para a análise, conforme será detalhado adiante. É importante ressaltar que os conteúdos postados nas plataformas são altamente dinâmicos, visto que as postagens podem ser acessadas, curtidas, compartilhadas ou apagadas a qualquer momento. Nesse sentido, destaca-se que a etapa de codificação ocorreu em julho de 2023, após a aprovação do trabalho na qualificação, para garantir a integridade dos dados coletados.

A coleta de dados foi realizada por meio da observação e da codificação manual das postagens nas plataformas de mídias sociais, incluindo Facebook, Instagram e X (ex-Twitter) (que atualmente é a plataforma X, mas que, para fins deste estudo, será aqui chamada ainda de X (ex-Twitter)) dos Conselhos Estaduais de Saúde. Para analisar e contextualizar as informações obtidas durante a coleta de dados e sua subsequente análise, utilizou-se a técnica de Análise de Conteúdo, tendo-se seguido o Quadro 1 como guia para agregar e examinar os dados.

A coleta inicial dos dados foi realizada manualmente, mas, devido à grande quantidade de publicações, foi necessário contratar os serviços do site [https://www.fanpagekarma.com](https://www.fanpagekarma.com), o que permitiu extrair as publicações de forma mais tempestiva. Além da extração dos dados, a plataforma possui múltiplas funcionalidades, que incluem o monitoramento em tempo real, a comparação entre

páginas e a análise de conteúdo e engajamento, e gera relatórios e painéis para analisar a frequência, o conteúdo e o engajamento dessas publicações, identificar padrões, pontos fortes e áreas que necessitam de aprimoramento.

Ao extrair as publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde, foi possível observar uma variedade de conteúdo, desde informações sobre saúde pública e campanhas de conscientização até atualizações sobre políticas de saúde e eventos.

Após a extração e a organização dos dados em planilhas, cada publicação foi analisada individualmente para que fosse categorizada segundo critérios especificados no Quadro 4. Essa categorização incluiu a divulgação de relatórios e documentos elaborados pelo Conselho, a agenda de atuação, as atividades realizadas, o incentivo à participação popular, as publicações diversas, a prestação de contas dos recursos recebidos e as denúncias. Esse processo permitiu mapear o conteúdo comunicado à sociedade, possibilitando o alcance dos objetivos da pesquisa."

### 3.3 Tratamento dos Dados

Os dados foram construídos a partir das publicações realizadas pelos conselhos gestores em suas mídias sociais, considerando-se o espaço de tempo entre uma publicação e outra e o alcance das publicações.

As publicações realizadas pelos conselhos foram classificadas em duas etapas. A primeira consistiu em quantificar o número de publicações realizadas no período, e, na segunda etapa, as publicações foram classificadas em sete categorias, conforme o quadro abaixo:

Quadro 4: Mapeamento dos pontos das publicações no Facebook, Instagram e X (ex-Twitter) dos Conselhos Estaduais de Saúde.

<b>1</b>	<b>Divulgação na íntegra de relatórios e documentos elaborados pelo Conselho</b>	Divulgação de links e/ou documentos para acesso à íntegra de relatórios e documentos elaborados a partir da atuação do Conselho (como relatórios de prestação de contas, atas de reuniões, documento de composição do Conselho, recomendações, resoluções etc.)
<b>2</b>	<b>Divulgação da agenda de atuação do Conselho</b>	Divulgação da agenda de atuação do Conselho (como datas de reuniões, datas de conferências; datas de votações etc.)
<b>3</b>	<b>Divulgação das atividades realizadas pelo conselho</b>	Divulgação sintética de atividades realizadas pelo Conselho (como inspeções, apuração de denúncias, resultados de



		votações, síntese do tratado nas reuniões etc.)
<b>4</b>	<b>Incentivo à participação da população</b>	Incentivar a participação da população nas atividades do Conselho ou em outras atividades de controle social (educação em controle social, divulgação de eventos, convites, campanhas de conscientização etc.)
<b>5</b>	<b>Prestação de contas dos recursos recebidos para atuação do Conselho</b>	Divulgações sobre os recursos recebidos para atuação dos conselhos e como foram aplicados.
<b>6</b>	<b>Denúncias</b>	Denúncias recebidas ou situações irregulares identificadas pelo conselho no âmbito de sua atuação.
<b>7</b>	<b>Publicações diversas</b>	Divulgações diversas não relacionadas diretamente ao controle social (como datas comemorativas, nota de pesar etc.)

Fonte: Elaborada pela autora

Quadro 5: Informações gerais dos Conselhos Estaduais de Saúde

<b>Informações gerais</b>
Informação sobre quem são os representantes dos conselhos.
Informação de quem é o presidente do conselho.
Há um canal de comunicação com a sociedade (como e-mail, telefone etc).
Há informação sobre o endereço físico do conselho.
Horário de atendimento
Divulgação de relação de bens dos conselhos

Fonte: Elaborada pela autora

A validação das categorias foi realizada por meio de consultas a especialistas na área, que atuam diretamente com controle social em entidades de controle (uma Entidade do Governo Federal de Controle Interno e uma Entidade de Controle Social).

Considerando que a análise de conteúdo possui um caráter social, já que esta busca produzir inferências objetivas sobre o texto, relacionando-o a um contexto social mais amplo, ao se examinar o conteúdo presente nas postagens das plataformas de mídias sociais, pode-se compreender não apenas o significado explícito das mensagens, mas também suas possíveis implicações e impactos na sociedade.

Por meio dessa análise, é possível captar tendências, ideias dominantes, valores culturais e questões relevantes que permeiam o contexto social em que os conselhos analisados estão inseridos.

Dessa forma, a Análise de Conteúdo proporciona uma compreensão mais abrangente e contextualizada das interações e dos discursos presentes nas mídias sociais, contribuindo para uma visão mais ampla dos fenômenos sociais que estão sendo refletidos e influenciados por essas plataformas.

Os parâmetros e as etapas da pesquisa seguiram a definição embasada nos conceitos discutidos por Sampaio e Lycarião (2021). Os parâmetros, as etapas e a codificação das plataformas estão detalhados no Quadro 6.

Quadro 6 - Etapas da análise do conteúdo

<b>Etapas da Análise de Conteúdo</b>
<p><b>Conceituação</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar o problema (revisão de literatura)</li> <li>2. Questões de pesquisa e hipóteses</li> </ol>
<p><b>Desenho</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Selecionar a(s) unidade(s) e subunidade(s) de análise</li> <li>4. Criar e definir categorias               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. elaboração da planilha de categorização</li> </ol> </li> <li>5. Amostragem</li> </ol>
<p><b>Análise</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Tabulação e aplicação de procedimentos estatísticos</li> <li>7. Interpretar e reportar os resultados</li> <li>8. Validação e replicabilidade</li> </ol>

Fonte: Adaptado para este estudo de Sampaio e Lycarião (2021, p. 49).

Para os autores, a técnica de Análise de Conteúdo é fundamentada em procedimentos sistemáticos, intersubjetivamente validados e públicos, com o propósito de produzir inferências válidas a respeito de conteúdos verbais, visuais ou escritos (Sampaio; Lycarião, 2021). De acordo com os pesquisadores, esses parâmetros têm como objetivo descrever, quantificar ou interpretar um determinado fenômeno em relação aos seus significados, intenções, consequências ou contextos.

A fase de conceituação foi definida com base no referencial teórico que abordou os conceitos de controle social, de controle social e políticas públicas, de accountability, de accountability sentida, de democracia digital e de mídia social. Por meio da análise teórica, foi possível estabelecer a questão de pesquisa e formular os objetivos.

Na etapa subsequente, relacionada ao delineamento da pesquisa, as unidades de análise foram selecionadas como as postagens feitas nas plataformas de mídia social (Facebook, Instagram e X (ex-Twitter)) durante o período de janeiro de 2019 a agosto de 2023.

Após isso, o passo seguinte foi a definição das categorias que seriam utilizadas para compor o livro de códigos. Essa definição foi registrada em uma planilha do Excel. As categorias foram nomeadas de acordo com os títulos apresentados na planilha de codificação e são as seguintes:

1. Identificação do codificador [COD]
2. Identificação do Conselho [CES]
3. Mês de publicação [MÊS]
4. Data de publicação [DATA]
5. Dia da publicação [DIA]
6. Identificação do post [IDENT]
7. Tipo de plataforma [PLAT]
8. Tipo de formato usado na postagem [FORM]
9. Tipo de mensagem em relação aos Mapeamento dos pontos das publicações [MAPEAM]
10. Facebook / reações [FACE\_REAÇÕES]
11. Facebook / comentários [FACE\_COMEN]
12. Facebook compartilhamentos [FACE\_COMP]
13. Facebook / visualizações em vídeos [FACE\_VISU]
14. Facebook / Interações conselho / população [FACE\_INT]
15. Facebook / engajamento [FACE\_ENG]
16. Instagram / reações [INSTA\_REA]
17. Instagram / comentários [INSTA\_COMEN]
18. Instagram / interações conselho / POPULAÇÃO [INSTA\_INT]

19. Instagram / visualizações [INSTA\_VISU]
20. Instagram / engajamento [INSTA\_ENG]
21. X (ex-Twitter) / reações [X (EX-TWITTER)\_REAÇÕES]
22. X (ex-Twitter) / comentários [X (EX-TWITTER) \_COMEN]
23. X (ex-Twitter) compartilhamentos [X (EX-TWITTER) \_COMP]
24. X (ex-Twitter) / visualizações em vídeos [X (EX-TWITTER) \_VISU]
25. X (ex-Twitter) / Interações conselho / população [X (EX-TWITTER) \_INT]
26. X (ex-Twitter) / engajamento [X (EX-TWITTER) \_ENG]

O item 09 tem como base o Quadro 4 – Mapeamento dos pontos das publicações no Facebook, Instagram e X (ex-Twitter) dos Conselhos Estaduais de Saúde, elaborado a partir da pesquisa, para averiguar que tipo de postagem os conselhos estão publicando em suas principais mídias sociais.

Seguindo o modelo proposto por Sampaio e Lycarião (2021), avançamos para a etapa da amostragem. Nessa etapa, a amostra foi composta por 26 estados e pelo Distrito Federal, incluindo a codificação das postagens nas plataformas de mídias sociais Facebook, Instagram e X (ex-Twitter), no período de janeiro de 2019 a agosto de 2023.

A análise dos dados foi realizada manualmente, com uma abordagem detalhada e minuciosa. Cada postagem foi visualizada e lida individualmente, garantindo que o conteúdo fosse compreendido em seu contexto específico. Esse processo permitiu uma análise qualitativa individualizada, na qual foi possível, de forma subjetiva, avaliar detalhes que poderiam ser perdidos em uma eventual análise automatizada.

Após a leitura cuidadosa de cada postagem, estas foram categorizadas conforme os critérios estabelecidos no Quadro 4. O Quadro 4 apresenta o mapeamento dos pontos das publicações realizadas no Facebook, no Instagram e no X (ex-Twitter) pelos Conselhos Estaduais de Saúde. As categorias definidas nesse quadro incluem, entre outros aspectos, o tipo de conteúdo. Esse quadro desempenha um papel crucial na estruturação da análise, pois permite uma categorização sistemática das postagens, facilitando a comparação entre diferentes conselhos e regiões.

Cada postagem foi classificada em uma dessas categorias, o que possibilitou a identificação de padrões e tendências na utilização das mídias sociais pelos conselhos. Por

exemplo, as postagens que se enquadram na categoria "Prestação de Contas" foram aquelas que traziam informações detalhadas sobre ações e decisões tomadas pelos conselhos.

O processo de categorização descrito no Quadro 4 foi essencial para a subsequente análise estatística, permitindo que os dados fossem organizados de maneira lógica. Essa abordagem manual, embora trabalhosa, garantiu um melhor nível de qualificação das postagens, pois cada uma foi avaliada em seu devido contexto e categorizada de forma coerente com os objetivos do estudo.

As próximas etapas de análise serão realizadas na seção destinada aos resultados e à discussão destes.

### **3.4 Análise dos dados**

A análise estatística descritiva dos dados foi conduzida para compreender e resumir a distribuição das variáveis do estudo, utilizando-se técnicas de análise exploratória de dados. Os resultados das análises foram exibidos em tabelas e gráficos.

A distribuição de frequências foi calculada para entender o comportamento das variáveis. Essa técnica permite organizar e resumir os dados em categorias ou intervalos, analisando a ocorrência de suas possíveis realizações. A frequência absoluta é a contagem do número de ocorrências de cada classe ou categoria, enquanto a frequência relativa indica a proporção de cada classe, podendo ser exibida em termos de porcentagem. As proporções são úteis quando se deseja comparar os valores entre as categorias de uma variável (Morettin; Bussab, 2004).

As técnicas de visualização de dados facilitam a visualização da distribuição dos dados de forma rápida e concisa. Gráficos de barras foram utilizados para exibir a distribuição de frequências de variáveis categóricas por meio de barras verticais ou horizontais. Essa alternativa de gráfico permite a comparação entre as diferentes categorias e é de fácil interpretação (Morettin; Bussab, 2004). Além disso, as informações dos Conselhos Estaduais de Saúde foram distribuídas graficamente em mapas, para a visualização da distribuição espacial dos dados.

O estudo utilizou técnicas de mineração de texto para explorar o conteúdo das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde. Primeiramente, foi realizada uma etapa de pré-processamento, com o objetivo de limpar, normalizar e transformar os textos de modo a torná-los mais adequados para a análise. Essa etapa envolveu a remoção de símbolos, de endereços de URL, de números, de sinais de pontuação e de palavras de parada (stopwords),

isto é, palavras muito comuns na língua portuguesa, que não contribuem substancialmente para se compreender o significado do texto analisado, como, por exemplo, os artigos, as conjunções etc.

Em seguida, foi criada uma matriz de termos-documentos para representar os documentos de texto na forma de matrizes numéricas. Nessa etapa, os textos são convertidos em matrizes, de modo que cada coluna representa um termo, ou palavra, e as linhas representam as contagens das frequências de cada termo. Por fim, uma nuvem de palavras foi criada para a exploração, de forma gráfica, de como as palavras estão distribuídas nas publicações (Silge; Robinson, 2017).

As análises foram realizadas no ambiente de programação estatística computacional R (R CORE TEAM, 2024). A etapa de mineração de texto foi realizada com o pacote tm do R (Feinerer; Hornik; Meyer, 2008).

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Análise estatística descritiva

#### 4.1.1 Informações gerais

O estudo avaliou a situação geral dos Conselhos Estaduais de Saúde no Brasil, no tocante às informações disponibilizadas nas mídias sociais. Foram consideradas informações gerais, como: **(1) informação sobre quem são os representantes dos conselhos, (2) informações de quem é o presidente do conselho, (3) se há um canal de comunicação com a sociedade (como e-mail, telefone etc.), (4) se há informação sobre o endereço físico do conselho, (5) horário de atendimento, e (6) divulgação de relação de bens dos conselhos.**

Para cada unidade federativa (UF), o estudo avaliou três alternativas de mídias sociais dos Conselhos Estaduais de Saúde (Facebook, Instagram e X (ex-Twitter)), e classificou o nível de informações em três categorias: possui a informações, não possui a informação ou não se aplica, isto é, não tem rede social. A Tabela 1 mostra as informações gerais disponibilizadas pelos Conselhos Estaduais de Saúde no Brasil, com a quantidade total e a lista dos conselhos que oferecem as informações, por mídia social.

Tabela 1 - Informações gerais disponibilizadas pelos Conselhos Estaduais de Saúde no Brasil, com a quantidade total e a lista dos conselhos que oferecem as informações, por mídia social

Informação geral	Facebook		Instagram		X (ex-Twitter)	
	Total	UF	Total	UF	Total	UF
(1) Informação sobre quem são os representantes dos conselhos	0		0		0	
(2) Informação sobre quem é o presidente do conselho	0		1	GO	0	
(3) Há um canal de comunicação com a sociedade	17	AL, AM, AP, BA, CE, ES, MG, MT, PA, PE, PR, RJ, RN, RO, RS, SE, SP	3	AC, BA, TO	1	TO
(4) Há informação sobre o endereço físico do conselho	16	AL, AM, AP, BA, CE, ES, MS, MT, PA, PE, PR, RJ, RO, RS, SE, SP	2	MG, TO	0	
(5) Horário de atendimento	11	AM, AP, BA, ES, MT, PR, RJ, RN, RS, SE, SP	2	BA, TO	0	
(6) Divulgação de relação de bens dos conselhos	0		0		0	

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Os dados foram classificados como: N/A: "Não se aplica", usado para indicar que o Estado em questão não possui rede social; 0: Indica que a Estado possui a rede social, mas a informação não está presente ou que a característica específica não foi encontrada durante a avaliação e 1: Significa que a informação ou característica avaliada está presente.

Em relação às redes sociais, 23 conselhos estaduais possuem Facebook, 12 possuem Instagram e apenas 6 possuem X (ex-Twitter). No Facebook, as principais informações disponibilizadas pelos conselhos estaduais são as seguintes: (3) há um canal de comunicação com a sociedade, em 17 conselhos; (4) há informação sobre o endereço físico do conselho, em 16 conselhos; e (5) horário de atendimento, em 11 conselhos.

Facebook: Apresenta a maior quantidade de informações entre as redes sociais, com um total de 44 informações divulgadas, representando 83.0% das informações em todas as plataformas. Instagram: Possui um total de 8 informações divulgadas, que correspondem a 15.1% do total. X (ex-Twitter): Apenas 1 informação foi divulgada nesta plataforma, o que representa 1.9% do total.

Observando a tabela detalhada, podemos ver que a Bahia (BA) tem a presença mais significativa de informações, com um total de 5 informações entre Facebook e Instagram. O Tocantins (TO) segue com um total de 4 informações, no Instagram e X (ex-Twitter), sendo o único estado com informação no X (ex-Twitter).

No Instagram, as principais informações gerais disponibilizadas pelos conselhos de saúde são: (2) informação sobre quem é o presidente do conselho, apenas o conselho de Goiás; (3) há um canal de comunicação com a sociedade, em 3 conselhos; (4) há informação sobre o endereço físico do conselho, em 2 conselhos; e (5) horário de atendimento, em 2 conselhos. No X (ex-Twitter), apenas um conselho oferece a informação (3) há um canal de comunicação com a sociedade.

A análise quantitativa da presença de informações nos Conselhos Estaduais de Saúde por estado e por rede social mostra que o Conselho Estadual de Saúde da Bahia lidera com um total de cinco informações, sendo três no Facebook e duas no Instagram. Já Tocantins (TO) segue com quatro informações, com três no Instagram e uma no X (ex-Twitter). Os Conselhos Estaduais do Mato Grosso (MT), Sergipe (SE), Rio de Janeiro (RJ), Paraná (PR), São Paulo (SP), Rio Grande do Sul (RS), Espírito Santo (ES), Amapá (AP), Amazonas (AM) apresentam três informações no Facebook. Os estados de Minas Gerais (MG), Pará (PA), Alagoas (AL), Pernambuco (PE), Ceará (CE), Rio Grande do Norte (RN), Rondônia (RO) apresentam duas informações.



Estados com uma informação: Goiás (GO) no Instagram; Mato Grosso do Sul (MS) e Acre (AC) no Facebook e por fim os conselhos estaduais de Santa Catarina (SC), Paraíba (PB), Roraima (RR), Piauí (PI), Maranhão (MA), Distrito Federal (DF) não apresentaram informações nas redes sociais analisadas.

Em síntese, os dados indicam que nenhum conselho divulga informações sobre seus representantes ou a relação de bens. Apenas o Conselho de Saúde de Goiás divulga a identidade do presidente via Instagram. Em contrapartida, a maioria dos conselhos (17) utiliza o Facebook como canal de comunicação com a sociedade, sendo este a plataforma onde mais frequentemente são divulgadas informações sobre o endereço físico (16 conselhos) e horários de atendimento (11 conselhos).

Esta análise sugere que a maioria das informações está sendo compartilhada via Facebook, seguido pelo Instagram e, em menor grau, pelo X (ex-Twitter). Além disso, aponta para a necessidade de alguns estados disponibilizarem ou aumentarem as informações gerais nas redes sociais.

A ausência de informações sobre representantes e a relação de bens sugere que existe uma oportunidade para melhorar a transparência e a comunicação dos Conselhos Estaduais de Saúde nas redes sociais, o que é ratificado por Rêgo (2021) e Langella (2021) que enfatizam a importância do acesso à informação clara e compreensível para a participação democrática.

Além disso, os dados indicam que o Facebook é a plataforma mais utilizada para divulgar informações gerais, seguido pelo Instagram e depois pelo X (ex-Twitter). Nessa perspectiva, Almada (2019) e Sampaio (2019) discutem a importância das tecnologias digitais para melhorar a transparência e a utilização do Facebook como principal canal de comunicação mostra que os conselhos estão adotando plataformas amplamente utilizadas pelo público para divulgar informações relevantes.

Por outro lado, essa constatação reforça a importância de uma estratégia mais efetiva e inclusiva nas diferentes redes sociais adotadas pelos conselhos, não apenas para manter a comunidade informada, mas também para engajar os cidadãos de maneira mais significativa no processo de controle social e abranger os diferentes públicos.

Bovens (2010) define *Accountability* como uma relação de prestação de contas. A disponibilização de canais de comunicação e informações básicas nas mídias sociais dos conselhos de saúde contribui para essa relação, permitindo que os cidadãos saibam como e onde obter mais informações ou registrar suas preocupações.

Hall; Frink; Buckley (2015) e Overman; Schillemans (2022) discutem a *Accountability* sentida, que envolve a responsabilidade pessoal e ética dos gestores em relação às suas ações.

A divulgação de informações que não obrigatórias em redes sociais como o contato e horários de atendimento pode ser vista como um reflexo dessa responsabilidade, oferecendo ao público um meio de comunicação direto com os conselhos.

Almada et al. (2022) e Pinho; Sacramento; Raupp, (2020) destacam a importância da transparência e da participação cidadã facilitada pela democracia digital. A presença de informações nas mídias sociais ajuda a construir um ambiente mais transparente e participativo, onde os cidadãos possam se envolver mais facilmente com os conselhos gestores.

A disponibilidade das informações gerais completas e acessíveis nos perfis de mídia social dos Conselhos Estaduais de Saúde é um indicativo de uma prática de controle social mais eficaz e de um governo mais aberto e responsivo. A classificação do nível de informações disponíveis pode ser utilizada para avaliar o grau de transparência e acessibilidade de cada conselho, refletindo em como essas entidades facilitam a participação e o controle social por parte dos cidadãos.

A transparência nessas informações pode aumentar a eficiência das interações entre os conselhos e a sociedade, possibilitando uma melhor resposta das instituições às necessidades dos cidadãos. Ao mesmo tempo Fox (2019) ressalta a importância de não apenas divulgar informações, mas também de criar ambientes favoráveis à ação coletiva e ao engajamento social. A disponibilidade de informações completas sobre os conselhos, incluindo os representantes, canais de comunicação e horários de atendimento, contribui para um ambiente que promove maior participação da sociedade civil.

Os dados mostram que embora existam esforços por parte dos Conselhos Estaduais de Saúde para usar as mídias sociais para fornecer informações básicas e facilitar a comunicação com a sociedade, esses esforços ainda são insuficientes para atingir os níveis ideais de *Accountability* e principalmente a *Accountability* sentida recomendadas na literatura.

Há uma necessidade evidente de melhorar a qualidade e a quantidade de informações disponibilizadas, assim como diversificar e/ou replicar as informações nas diferentes redes sociais garantindo que as práticas de transparência promovam uma verdadeira compreensão e participação dos cidadãos nas atividades dos conselhos de saúde.

#### **4.1.2 – Publicações nas mídias sociais**

O estudo analisou 9.794 publicações em mídias sociais de Conselhos Estaduais de Saúde dos 26 estados brasileiros e do Distrito Federal. Após a catalogação dos dados,

identificou-se que 18 conselhos de saúde publicaram em pelo menos uma das três plataformas de mídias sociais: Facebook (F), Instagram (I) e X (ex-Twitter) (T).

Tabela 2 – Estatística descritiva das publicações em mídias sociais de conselhos estaduais por unidade federativa (UF), ordenados pelo total de publicações.

UF	n (%)
MG	2183 (22,3%)
RJ	1293 (13,2%)
BA	1169 (11,9%)
RS	1005 (10,3%)
SP	772 (7,9%)
CE	610 (6,2%)
PE	607 (6,2%)
GO	384 (3,9%)
AL	356 (3,6%)
SE	326 (3,3%)
DF	301 (3,1%)
MS	241 (2,5%)
AC	162 (1,7%)
MT	139 (1,4%)
ES	126 (1,3%)
AP	103 (1,1%)
RN	11 (0,1%)
PI	6 (0,1%)
Total	9794 (100%)

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

A Tabela 2 apresenta a estatística descritiva dessas publicações por unidade federativa (UF), ordenadas pela quantidade de postagens, do maior para o menor. A tabela inclui tanto a frequência absoluta quanto a frequência relativa, expressa em porcentagem entre parênteses.

Os dados revelam que Minas Gerais foi a unidade federativa com o maior número de postagens, representando 22,3% da amostra. Em seguida, o Rio de Janeiro contribuiu com 13,2% das postagens, a Bahia com 11,9% e o Rio Grande do Sul com 10,3%. Essa distribuição evidencia a variação na atividade de divulgação de informações pelos Conselhos Estaduais de Saúde nas mídias sociais.

A análise dos dados da Tabela 2, que leva em consideração apenas a frequência das publicações por UF, revela que estados da Região Sudeste, como São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, lideraram em termos de total de publicações, deixando Piauí e Rio Grande do Norte em últimos lugares em relação a publicações.

Tabela 3 – Estatística descritiva das publicações em mídias sociais de conselhos estaduais por tipo de mídia social, ordenados pelo total de publicações nas unidades federativas (UF)

UF	Mídia social n (%)		
	Facebook	Instagram	X (ex-Twitter)
MG	1191 (54,6%)	992 (45,4%)	0 (0%)
RJ	1270 (98,2%)	23 (1,8%)	0 (0%)
BA	413 (35,3%)	756 (64,7%)	0 (0%)
RS	718 (71,4%)	287 (28,6%)	0 (0%)
SP	566 (73,3%)	3 (0,4%)	203 (26,3%)
CE	610 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
PE	604 (99,5%)	0 (0%)	3 (0,5%)
GO	0 (0%)	384 (100%)	0 (0%)
AL	0 (0%)	356 (100%)	0 (0%)
SE	0 (0%)	326 (100%)	0 (0%)
DF	301 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
MS	241 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
AC	0 (0%)	162 (100%)	0 (0%)
MT	139 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
ES	126 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
AP	103 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
RN	11 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
PI	6 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Total	6299 (64,3%)	3289 (33,6%)	206 (2,1%)

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

A Tabela 3 apresenta a estatística descritiva das publicações avaliadas, categorizadas pelo tipo de mídia social utilizada pelos Conselhos Estaduais de Saúde. Cada unidade federativa (UF) é detalhada com a quantidade de postagens em cada plataforma, expressa tanto em frequência absoluta quanto em frequência relativa em porcentagem. As informações estão organizadas por UF, de acordo com o total de publicações em cada uma.

Os dados mostram que o Facebook é a plataforma mais utilizada, representando 64,3% do total de postagens. O Instagram é a segunda plataforma mais utilizada, com 33,6% das publicações, enquanto o X (ex-Twitter) possui a menor quantidade de postagens, com apenas 2,1%.

Além disso, observa-se que, das 18 unidades federativas incluídas no estudo, 14 realizaram publicações no Facebook, 9 no Instagram e apenas 2 no X (ex-Twitter), que são os conselhos de saúde de São Paulo e Pernambuco.

Importante observar que o Conselho de Saúde de São Paulo utiliza frequentemente o perfil do X (ex-Twitter) para abordar diversos assuntos e fazer publicações próprias. Em

contraste, o Conselho de Saúde de Pernambuco frequentemente republica postagens da página da Secretaria de Saúde, em vez de criar suas próprias publicações.

Esses dados nos levam a entender que há uma preferência clara pelo uso do Facebook entre os Conselhos Estaduais de Saúde para a divulgação de informações, com menor adoção do X (ex-Twitter) como meio de comunicação.

#### 4.2 – Classificação das publicações

As publicações dos conselhos de saúde foram classificadas segundo o conteúdo da publicação em sete categorias: (1) Divulgação na íntegra de relatórios e documentos elaborados pelo conselho; (2) Divulgação da agenda de atuação do conselho; (3) Divulgação das atividades realizadas pelo conselho; (4) incentivo à participação da população; (5) Prestação de contas dos recursos recebidos para atuação do Conselho; (6) Denúncias; e (7) Publicações diversas.

Tabela 4 – Proporções das classificações das publicações considerando todos os Conselhos Estaduais de Saúde e todas as mídias sociais.

Classificação	Total (%)
(0) Publicações que foram apagadas, excluídas ou ocultadas	1082 (11.0)
(1) Divulgação na íntegra de relatórios e documentos elaborados pelo conselho	41 (0.4)
(2) Divulgação da agenda de atuação do conselho	2438 (24.9)
(3) Divulgação das atividades realizadas pelo conselho	2344 (23.9)
(4) Incentivo à participação da população	2279 (23.3)
(5) Prestação de contas dos recursos recebidos para atuação do Conselho	8 (0.1)
(6) Denúncias	8 (0.1)
(7) Publicações diversas	1594 (16.3)
Total	9794 (100)

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

A Tabela 4 apresenta a estatística descritiva das classificações das publicações, incluindo a frequência absoluta e a frequência relativa em percentagem. Esta análise abrange todos os Conselhos Estaduais de Saúde e todas as mídias sociais avaliadas. A tabela mostra que as publicações mais frequentes são, respectivamente, da categoria (2) Divulgação da agenda de atuação do conselho, com 24,9%, da categoria (3) Divulgação das atividades realizadas pelo conselho, com 23,9%, e da categoria (4) Incentivo à participação da população, com 23,3%. Para as publicações que foram apagadas, restauradas ou ocultadas, foi atribuído a categoria (0) e esta representou 11% dos dados.

Observe-se uma tendência clara nos tipos de conteúdo que os Conselhos Estaduais de Saúde divulgam em suas mídias sociais. A alta frequência de publicações sobre a agenda de atuação do conselho sugere uma prioridade em manter o público informado sobre as

atividades programadas e reuniões. Da mesma forma, a divulgação das atividades realizadas indica um esforço em relatar as ações e resultados pelo conselho, enquanto o incentivo à participação da população reflete a importância dada ao engajamento cívico e à inclusão do controle social.

Esses resultados fornecem uma visão abrangente das variações dos Conselhos Estaduais de Saúde em relação às classificações de publicações. A predominância de determinadas categorias de publicações pode refletir as estratégias de comunicação adotadas pelos conselhos para promover a transparência e a participação pública. Ao analisar essas tendências, é possível identificar áreas de sucesso e oportunidades para aprimorar a comunicação e a interação com a sociedade.

A Tabela 4 evidencia que os Conselhos Estaduais de Saúde estão focados em divulgar suas agendas de atuação, relatar suas atividades e promover a participação cidadã. Esta abordagem destaca o compromisso dos conselhos com a transparência e o engajamento público. Contudo, a análise das publicações excluídas ou indisponíveis, representadas pelo valor (0), também é crucial para entender as dinâmicas de comunicação e os possíveis desafios enfrentados na gestão.

A alta frequência de publicações na categoria (2) Divulgação da agenda de atuação do conselho, seguida de (3) Divulgação das atividades realizadas e (4) Incentivo à participação da população, reflete tendências claras no uso das mídias sociais pelos conselhos de saúde. Essas tendências indicam que os conselhos estão cada vez mais empenhados em informar o público sobre suas atividades e, também, incentivar em ações do conselho.

A tendência de divulgar a agenda de atuação sugere que os conselhos buscam manter a população atualizada sobre eventos e reuniões importantes. Ao compartilhar essas informações, eles promovem a oportunidade de participação cidadã, permitindo que a comunidade esteja presente e envolvida nas decisões.

Da mesma forma, a ênfase na divulgação das atividades realizadas aponta para uma estratégia de prestar contas das ações já executadas. Nessa prática é possível identificar evidências de *Accountability* sentida, já que não apenas informa a população sobre o que foi feito, mas também ajuda a construir uma narrativa contínua de responsabilidade e progresso nas atividades do conselho.

O incentivo à participação da população, como terceira tendência, destaca o esforço dos conselhos em envolver os cidadãos de maneira mais ativa. Ao estimular a participação, os conselhos não apenas buscam aumentar o engajamento público, mas também fortalecer o controle social, permitindo que a comunidade influencie diretamente as políticas e ações de

saúde, o que é ratificado por Almada (2019) e Sampaio (2019) quando destacam que o incentivo à participação pública é vital para fortalecer a democracia participativa.

Essas tendências sublinham a importância crescente das mídias sociais como ferramentas de comunicação estratégica para os conselhos de saúde. Elas não apenas aumentam a visibilidade das atividades do conselho, mas também promovem uma cultura de transparência, engajamento e participação da sociedade.

Por outro lado, as publicações excluídas indicam a necessidade de melhorar a gestão da informação para evitar comprometer a transparência e manter a confiança pública, conforme sugerido na teoria de *Accountability* sentida e nas práticas de democracia digital.

Tabela 5 – Proporções das classificações das publicações segundo a mídia social utilizada considerando todos os Conselhos Estaduais de Saúde.

<b>Classificação</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>X (ex-Twitter)</b>
0	732 (11,6%)	234 (7,1%)	116 (56,3%)
1	14 (0,2%)	27 (0,8%)	0 (0%)
2	1802 (28,6%)	562 (17,1%)	74 (35,9%)
3	1173 (18,6%)	1169 (35,5%)	2 (1%)
4	1717 (27,3%)	551 (16,8%)	11 (5,3%)
5	1 (0%)	7 (0,2%)	0 (0%)
6	3 (0%)	5 (0,2%)	0 (0%)
7	857 (13,6%)	734 (22,3%)	3 (1,5%)
Total	6299 (100%)	3289 (100%)	206 (100%)

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

A Tabela 5 apresenta a distribuição das classificações das postagens de acordo com a mídia social, considerando todos os Conselhos Estaduais de Saúde avaliados. No Facebook, a maior proporção de publicações pertence à categoria (2) Divulgação da agenda de atuação do conselho, representando 28,6% do total. Esta é seguida pela categoria (4) Incentivo à participação da população, que representa 27,3% das postagens. Esses dados indicam que os conselhos utilizam amplamente o Facebook para informar o público sobre suas atividades programadas e incentivos à participação cidadã.

Em relação ao Instagram, a maior proporção de publicações corresponde à categoria (3) Divulgação das atividades realizadas pelo conselho, representando 35,5% do total. A segunda maior proporção de mensagens no Instagram está na categoria (7) Publicações diversas, que representam 22,3%. Isso sugere que os conselhos de saúde optam por usar o Instagram para relatar atividades concluídas.

Quanto ao X (ex-Twitter), a maioria das publicações foi incluída na categoria 0, correspondendo a 56,3% do total, deixando que muitas postagens foram excluídas. A segunda maior proporção de publicações no X (ex-Twitter) pertence à categoria (2) Divulgação da

agenda de atuação do conselho, com 35,9%. Estes resultados sugerem que o X (ex-Twitter) é menos utilizado de forma consistente pelos Conselhos Estaduais de Saúde, com uma alta incidência de postagens removidas.

Observa-se uma grande disparidade na proporção de publicações classificadas como '0' (posts deletados ou indisponíveis) entre as plataformas, com uma predominância muito maior no X (ex-Twitter) (56,3%) em comparação com Facebook (11,6%) e Instagram (7,1%). Isso sugere que o X (ex-Twitter) pode ter uma política de arquivamento ou exclusão mais agressiva, ou menos engajamento que leva à remoção de conteúdo.

Outro ponto de destaque é predominância das categorias de classificações 2 e 4 são as mais frequentes no Facebook e Instagram, indicando que essas plataformas são primariamente usadas para promover a agenda de atividades do conselho e encorajar a participação pública. No entanto, a presença muito baixa de publicações classificadas com 5 e 6 nas três plataformas aponta para uma área de melhoria na transparência e no relato de responsabilidades.

O Instagram destaca-se com a maior porcentagem de publicações classificadas como 3, com 35,5%, sugerindo que essa plataforma é preferida para compartilhar resumos das atividades. Em contraste, o X (ex-Twitter) mostra uma eficácia limitada para todos os tipos de conteúdo, exceto para posts deletados ou indisponíveis e agenda de atividades.

A distribuição de classificações como 7 é mais alta no Facebook e Instagram, o que indica que essas plataformas também são usadas para uma variedade de outras comunicações que podem não estar diretamente ligadas ao controle social, mas ainda são relevantes para manter o público informado e engajado.

Em relação às postagens nas mídias sociais dos Conselhos Estaduais de Saúde, considerando a proporções das classificações das publicações segundo a mídia social utilizada considerando todos os Conselhos Estaduais de Saúde, pode-se perceber que as plataformas digitais são utilizadas para cumprir suas responsabilidades de transparência. Isso não apenas reflete a prestação de contas em um sentido formal, mas também amplia a noção de responsabilidade pessoal dos envolvidos, alinhando-se com o conceito de *Accountability* sentida, onde a conduta é guiada por uma obrigação interna de agir corretamente e responder às expectativas da sociedade.

Autores como Aleksovka, Schillemans e Grimmelikhuijsen (2019) enfatizam que a *Accountability* sentida é uma percepção subjetiva que influencia significativamente o comportamento dos indivíduos. Nesse contexto dos conselhos de saúde, sugere que os gestores podem se sentir pessoalmente compelidos a usar as mídias sociais não apenas como



uma ferramenta de comunicação, mas como um meio de demonstrar responsabilidade proativa perante a sociedade. Essa forma de *Accountability* pode impulsionar melhorias nas práticas de governança, pois os indivíduos se sentem eticamente responsáveis por suas ações e decisões.

Ainda de acordo com os dados apresentados na tabela 5, é evidente que o Instagram é a plataforma preferida para a divulgação das atividades realizadas pelo conselho (35,5%). Isso sugere que essa preferência pode ser devido à sua natureza visual, permitindo uma apresentação mais dinâmica das atividades e eventos do conselho. Essa prática está alinhada com os princípios da democracia digital enfatizados por Almada (2019) e Sampaio et al (2019), que promovem a utilização de tecnologias digitais para aumentar a participação e a transparência.

Os estados que lideram em termos de publicação são predominantemente das regiões Sudeste e Sul do Brasil, que utilizam intensivamente o Facebook e o Instagram para engajar com a população e divulgar suas atividades e agendas. Em contrapartida, estados das regiões Norte e Nordeste, como Roraima e Maranhão, não apresentam publicações no X (ex-Twitter), evidenciando uma possível subutilização ou a não utilização dessa plataforma. Bovens (2007) sugere que uma comunicação diversificada e frequente pode aumentar a percepção de *Accountability* o que não está sendo realizado nessas regiões.

Brummel (2021) destaca que a *Accountability* pode servir para fortalecer a legitimidade das instituições públicas. As práticas observadas na Tabela 5, especialmente a divulgação de agendas e atividades, estão homologadas com essas práticas, demonstrando um compromisso dos Conselhos Estaduais de Saúde em ter práticas de *Accountability*. Além disso, Aleksovskaja et al. (2019) afirma que a gestão eficaz da comunicação e da transparência são fundamentais para manter a confiança pública, o que é evidenciado pelo uso diversificado das plataformas digitais para diferentes tipos de publicações.

Esses resultados permitem compreender as opiniões dos Conselhos Estaduais de Saúde em relação às diferentes mídias sociais avaliadas.

O Facebook é amplamente utilizado para comunicar agendas e promover a participação pública, enquanto o Instagram é preferido para relatar atividades e compartilhar conteúdo exclusivo.

O X (ex-Twitter), por outro lado, mostra uma alta taxa de exclusão de mensagens, assim como uma alta taxa de não utilização ou subutilização, o que pode indicar desafios na utilização eficaz dessa plataforma.



Quadro 6 - Análise por Categoria

	Categorias						
	1	2	3	4	5	6	7
Postagens	41	2438	2344	2279	8	8	1597
Reações médias por postagem	14,15	13,88	18,26	13,69	19,63	17,13	13,91
Curtidas médias por postagem	9,05	10,07	15,26	9,07	18,75	15,13	11,51
Comentários médios por postagem	0,20	1,44	0,71	0,79	0,38	0,25	0,68
Compartilhamentos médios por postagem	0,42	2,87	1,75	4,28	4,00	4,67	2,81

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

O quadro 6 apresenta o engajamento nos dados das postagens dos Conselhos Estaduais de Saúde em diversas categorias o que fornece *insights* importantes sobre como o conteúdo interage com o público.

A categoria 1 – apresenta a divulgação na íntegra de relatórios e documentos, apresenta um engajamento moderado, com uma média de 14.15 reações e 9.05 curtidas por postagem. As postagens desta categoria são fundamentais para a transparência, mas o engajamento relativamente baixo pode indicar que o público encontra este tipo de conteúdo menos imediatamente envolvente.

A categoria 2 – apresenta a divulgação da agenda de atuação do Conselho, apresenta um engajamento considerável com uma média de 13.88 de reações e 10.07 curtidas, além de uma média alta de compartilhamentos em relação as outras categorias de 2.87 por postagem. Este alto volume de postagens e o engajamento estável sugerem que a divulgação da agenda é entendida como mais atraente para o público, que valoriza e compartilha informações sobre eventos futuros.

A categoria 3 – apresenta a divulgação das atividades realizadas pelo conselho, nessa categoria o engajamento é alto, com uma média de reações de 18.26 por postagem é a maior média entre as categorias e 15,26 curtidas médias por postagem. Os dados podem inferir que este tipo de conteúdo que apresenta as ações do conselho ressoa bem com o público.

A categoria 4 – apresenta o incentivo à participação da população. Nesta categoria foi apresentado um engajamento entre o moderado a alto, com muitos compartilhamentos uma média de 4.28 por postagem, o que leva a inferir que o público está disposto a promover a participação ativa, ou seja as postagens incentivando a participação não só engajam como também são disseminadas, sugerindo que há um interesse na promoção do engajamento cívico.

A categoria 5 – apresenta a prestação de contas dos recursos recebidos, nesta categoria o engajamento foi muito alto com uma média de 19.63 reações e 18.75 curtidas por postagem,

mas com um número muito baixo de postagens. Apesar do baixo volume, o alto engajamento sugere que a prestação de contas é altamente valorizada pelo público, que deseja transparência financeira.

A categoria 6 – Apresenta as denúncias, nesta categoria o engajamento foi alto 17.13 reações, 15.13 curtidas médias por postagem e um alto número de compartilhamentos 4.67 por postagem. Podemos entender que conteúdo altamente sensível e relevante, apresenta forte engajamento e disseminação, refletindo a importância da fiscalização e transparência.

A categoria 7 – apresenta as publicações diversas. Nesta categoria, o engajamento foi moderado com 13.91 reações, 11.51 curtidas médias por postagem, assim com uma boa taxa de compartilhamentos 2.81 por postagem, esta categoria, apesar de ser uma categoria ampla, o engajamento estável sugere que o conteúdo diverso ainda é relevante para o público.

Podemos observar que o engajamento varia significativamente entre as categorias, refletindo diferentes níveis de interesse e a relevância percebida do conteúdo. Postagens que promovem transparência, divulgam resultados de ações e incentivam a participação cívica tendem a receber mais interação. Isso sugere que estratégias futuras podem se beneficiar ao focar em aumentar a frequência e a qualidade das postagens nessas áreas para melhorar ainda mais o engajamento e a interlocução com a sociedade.

Através das mídias sociais, os Conselhos Estaduais de Saúde adotaram uma abordagem transparente ao divulgar informações sobre suas atividades, decisões e resultados. Isso está alinhado com a definição de Bovens (2010) sobre a *Accountability*, enfatizando a necessidade de justificação das ações perante o público, a presença ativa nas mídias sociais demonstra uma tentativa dos conselhos de serem responsivos e abertos ao feedback da comunidade, promovendo uma interação que vai além da mera prestação de contas.

Hall; Frink; Buckley (2015) detalham que a *Accountability* sentida vai além da mera conformidade com normas externas e se fundamenta em valores éticos e morais internalizados e a presença ativa e responsiva nas mídias sociais pelos conselhos de saúde pode ser vista como uma expressão dessa responsabilidade ética, onde os gestores não apenas informam, mas também se engajam em um diálogo com o público.

A prática de compartilhar informações nas mídias sociais reflete uma *Accountability* sentida, onde os gestores não têm uma obrigação legal de publicar em redes sociais, mas que se sentem moralmente obrigados a manter o público informado e envolvido.

Observa-se uma grande disparidade na proporção de publicações classificadas como '0' (posts deletados ou indisponíveis) entre as plataformas, com uma predominância muito maior no X (ex-Twitter) (56,3%) em comparação com Facebook (11,6%) e Instagram (7,1%).

Isso sugere que o X (ex-Twitter) pode ter uma política de arquivamento ou exclusão mais agressiva, ou menos engajamento que leva à remoção de conteúdo.

Outro ponto de destaque é predominância das categorias de classificações 2 e 4 como as mais frequentes no Facebook e Instagram, indicando que essas plataformas são primariamente usadas para promover a agenda de atividades do conselho e encorajar a participação pública. No entanto, a presença muito baixa de publicações classificadas com 5 e 6 nas três plataformas aponta para uma área de melhoria na transparência e no relato de responsabilidades.

O Instagram destaca-se com a maior porcentagem de publicações classificadas como 3, com 35,5%, sugerindo que essa plataforma é preferida para compartilhar resumos das atividades. Em contraste, o X (ex-Twitter) mostra uma eficácia limitada para todos os tipos de conteúdo, exceto para posts deletados ou indisponíveis e agenda de atividades.

A distribuição de classificações como 7 é mais alta no Facebook e Instagram, o que indica que essas plataformas também são usadas para uma variedade de outras comunicações que podem não estar diretamente ligadas ao controle social, mas ainda são relevantes para manter o público informado e engajado.

Em relação às postagens nas mídias sociais dos Conselhos Estaduais de Saúde, considerando a proporções das classificações das publicações segundo a mídia social utilizada considerando todos os Conselhos Estaduais de Saúde, pode-se perceber as plataformas digitais são utilizadas para cumprir suas responsabilidades de transparência. Isso não apenas reflete a prestação de contas em um sentido formal, mas também amplia a noção de responsabilidade pessoal dos envolvidos, alinhando-se com o conceito de *Accountability* sentida, onde a conduta é guiada por uma obrigação interna de agir corretamente e responder às expectativas da sociedade.

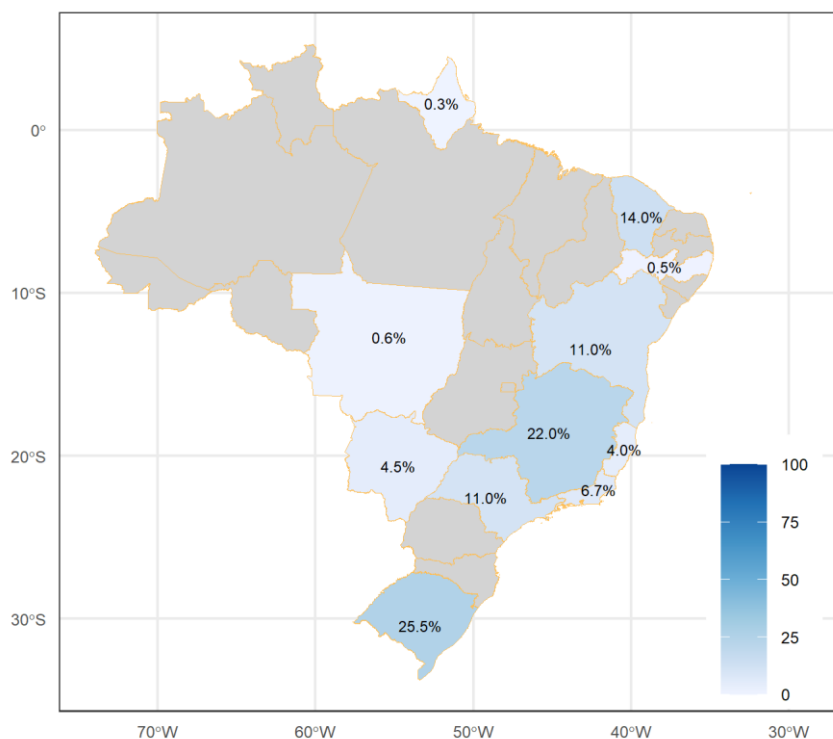
Autores como Aleksovka; Schillemans; Grimmelikhuijsen (2019) enfatizam que a *Accountability* sentida é uma percepção subjetiva que influencia significativamente o comportamento dos indivíduos. Nesse contexto dos conselhos de saúde, sugere que os gestores podem se sentir pessoalmente compelidos a usar as mídias sociais não apenas como uma ferramenta de comunicação, mas como um meio de demonstrar responsabilidade proativa perante a sociedade. Essa forma de *Accountability* pode impulsionar melhorias nas práticas de governança, pois os indivíduos se sentem eticamente responsáveis por suas ações e decisões.

As Figuras 1 a 8 mostram a distribuição das classificações das publicações por Conselho Estadual de Saúde, para as classificações de 0 a 7, respectivamente.

Para cada classificação adotada no estudo, as unidades federativas do Brasil são mostradas com a respectiva porcentagem de publicações realizadas pelo Conselho Estadual de Saúde, destacadas em uma escala de cores em tons de azul, variando de 0% a 100%, com a intensidade da cor proporcional à porcentagem.

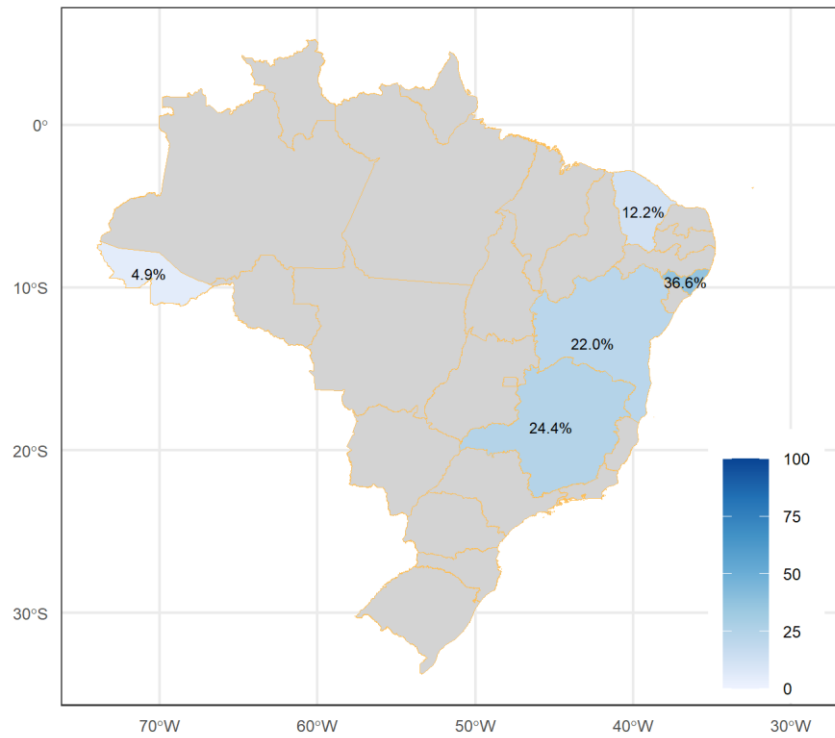
Em cada figura, a soma das porcentagens exibidas no mapa é igual a 100%, totalizando todas as publicações com a devida classificação. Em casos de conselhos estaduais que não possuem publicações com determinadas classificações, o seu respectivo estado é mostrado em cor cinza claro em cada mapa.

Figura 7 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 0.



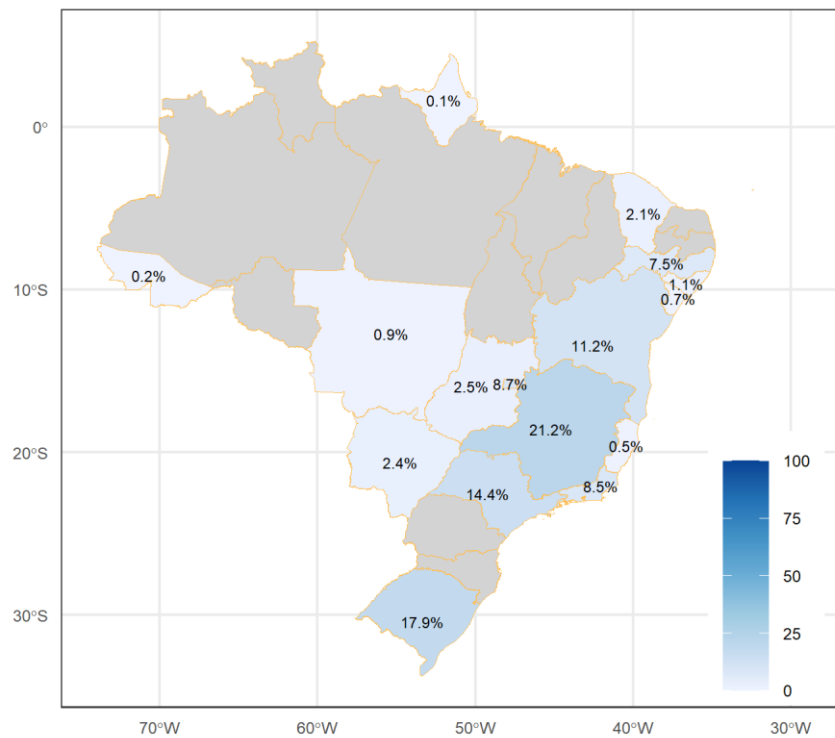
Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Figura 8 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 1: Divulgação na íntegra de relatórios e documentos elaborados pelo conselho.



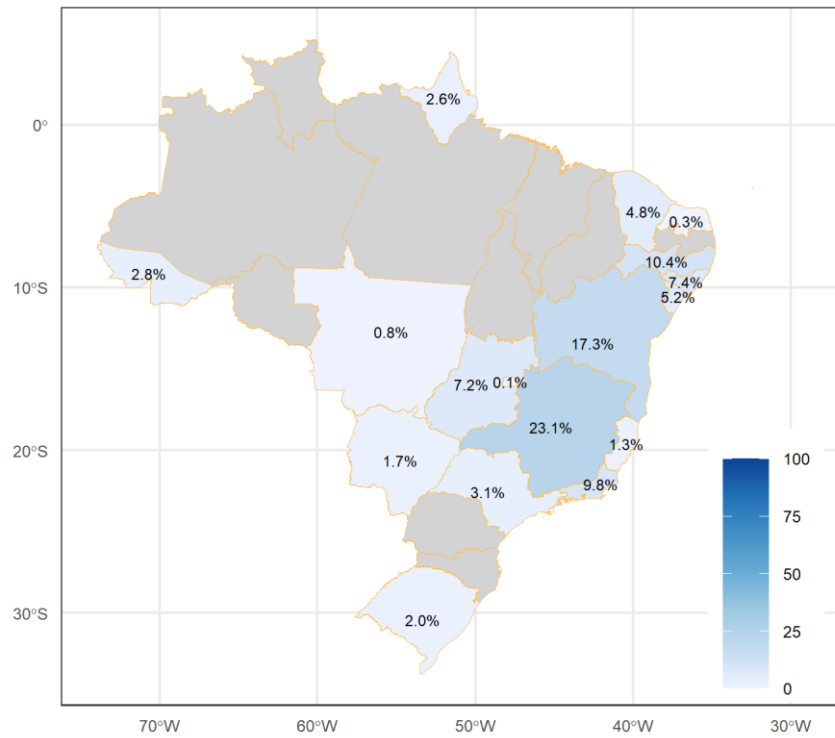
Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Figura 9 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 2: Divulgação da agenda de atuação do conselho.



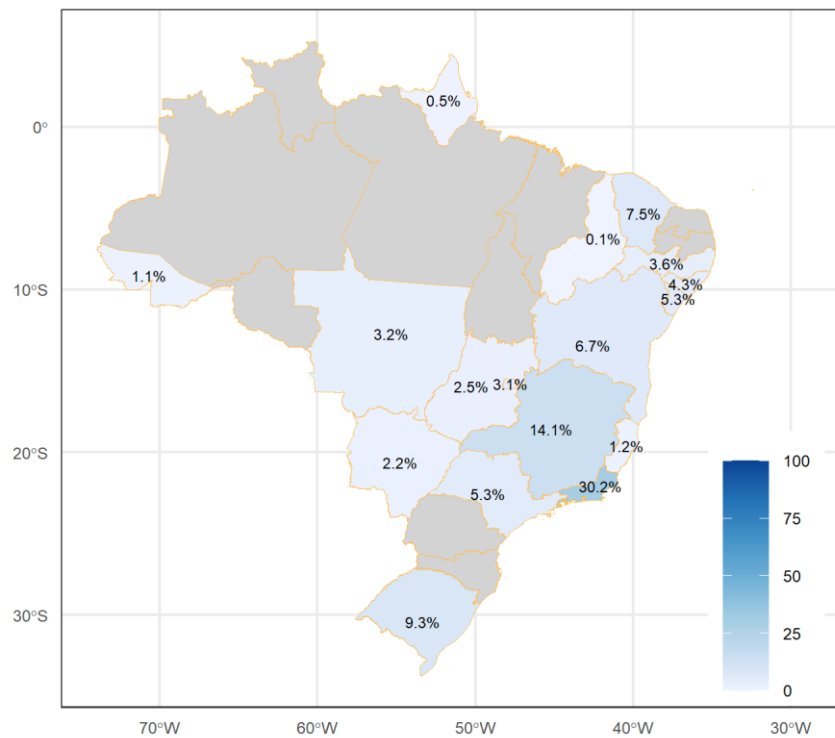
Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Figura 10 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 3: Divulgação das atividades realizadas pelo conselho.



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

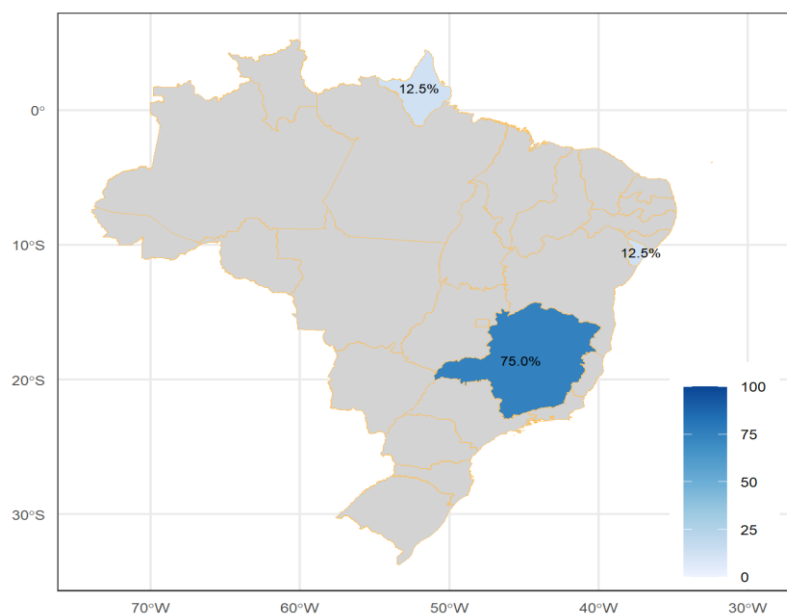
Figura 11 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 4: Incentivo à participação da população.



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

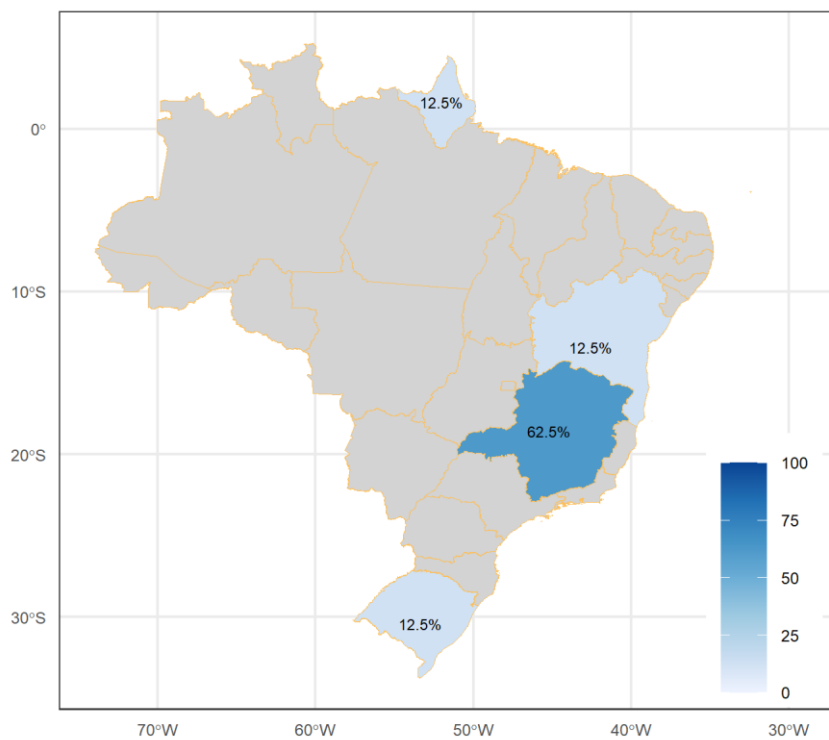


Figura 12 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 5: Prestação de contas dos recursos recebidos para atuação do Conselho.



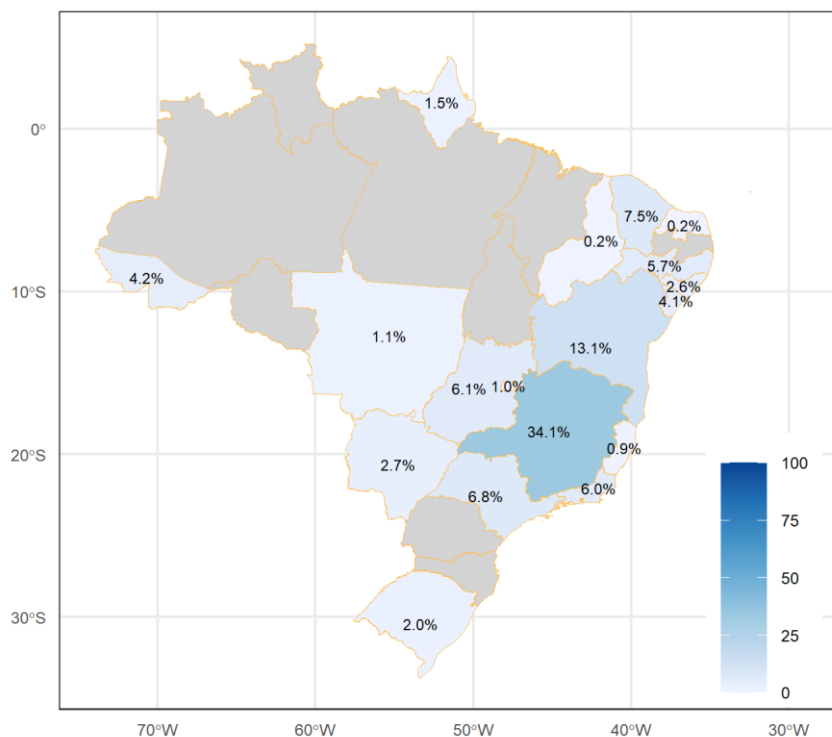
Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Figura 13 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 6: Denúncias.



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Figura 14 – Mapa da distribuição das publicações dos Conselhos Estaduais de Saúde com a classificação 7: Publicações diversas.



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Na Figura 7, nota-se que as unidades federativas com maiores proporções de publicações com a classificação 0 são Rio Grande do Sul e Minas Gerais, com 25,5% e 22,0% das publicações, respectivamente. A Figura 8 permite observar que o Conselho Estadual de Saúde de Alagoas é responsável pela maior proporção (36,6%) das publicações da classificação 1, seguido por Minas Gerais (24,4%) e Bahia (22,0%).

Em relação à classificação 2 (Figura 9), as unidades federativas cujos conselhos de saúde publicam mais frequentemente são respectivamente Minas Gerais (21,2%) e Rio Grande do Sul (17,9%). Para a classificação 3, mostrada na Figura 10, nota-se que Minas Gerais (23,1%) e Bahia (17,3%) possuem as maiores proporções de publicações, respectivamente.

Na Figura 11, observa-se que o Conselho Estadual de Saúde de São Paulo possui a maior proporção de publicações da categoria 4 (30,2%). Em relação à classificação 5 (Figura 12), o Conselho Estadual de Saúde de Minas Gerais é responsável por 75% das publicações, seguido de Amapá e Sergipe, com 12,5% cada. De forma semelhante, Minas Gerais também é a unidade federativa cujo Conselho Estadual de Saúde realiza a maior parte das publicações da classificação 6 (Figura 7), representando 62,5%. Na Figura 8, observa-se que as maiores

proporções de publicações com a classificação 7 são em Minas Gerais (34,1%) e Bahia (13,1%), respectivamente.

Estes resultados permitem compreender e comparar o comportamento dos Conselhos Estaduais de Saúde nas mídias sociais em relação a cada classificação de publicação, considerando as mídias sociais do Facebook, Instagram e X (ex-Twitter).

Os dados apresentados nas figuras 7 a 14 revelam padrões regionais distintos na utilização das mídias sociais pelos Conselhos Estaduais de Saúde. Observa-se uma frequência elevada de publicações nas categorias 2 e 3 (agendas e atividades realizadas) em estados como Minas Gerais e Rio Grande do Sul. Essas práticas evidenciam a accountability sentida conforme apresentado por Overman e Schillemans (2021).

Ao passo que a liderança de São Paulo em publicações de incentivo à participação (classificação 4) demonstra um forte alinhamento com os princípios de democracia digital. Este estado utiliza intensivamente as mídias sociais para incentivar a participação cidadã, promovendo a inclusão e o engajamento da população nas atividades dos conselhos de saúde.

Almada (2019) e Sampaio et al (2019) enfatizam que a transparência e a comunicação eficaz são essenciais para fortalecer a democracia digital, e as práticas observadas em São Paulo são um exemplo claro dessa abordagem. O incentivo à participação ativa dos cidadãos é fundamental para a construção de uma sociedade mais democrática.

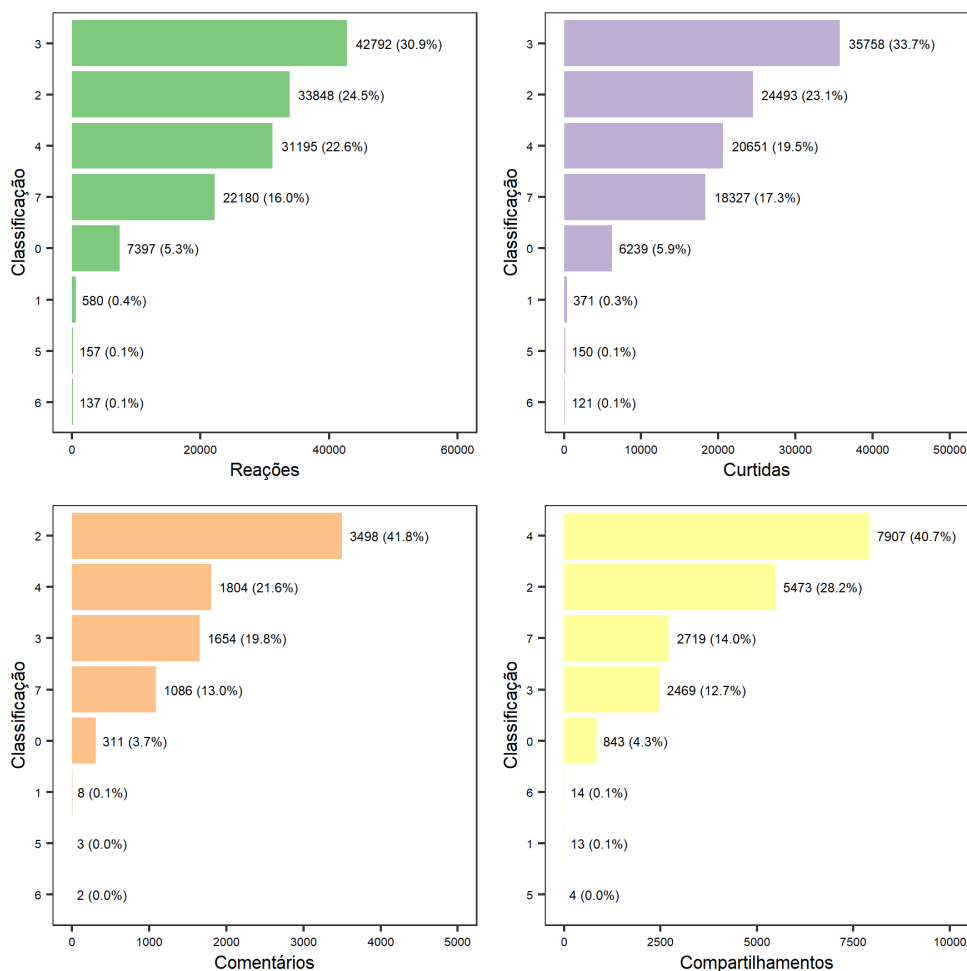
Os dados refletem como diferentes regiões do Brasil adotam estratégias variadas para utilizar as mídias sociais na promoção da transparência e participação pública. Enquanto estados do Sudeste e Sul, como São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, demonstram uma utilização mais ativa das redes sociais para divulgar agendas e atividades, estados do Norte e Nordeste enfrentam desafios maiores, como a subutilização ou a não utilização das redes sociais, principalmente do X (ex-Twitter). Essa disparidade regional indica a necessidade de políticas direcionadas para melhorar a infraestrutura tecnológica e a capacitação digital, promovendo uma comunicação mais equitativa e participativa.

Esses dados sugerem que a utilização de meios de comunicação social pelos Conselhos Estaduais de Saúde varia significativamente de acordo com a região, refletindo diferentes níveis de compromissos. As regiões Sudeste e Sul estão na vanguarda dessas práticas, utilizando plataformas como Facebook e Instagram para aumentar o engajamento cívico, enquanto as regiões Norte e Nordeste destacam a necessidade inserção nesse e melhorias significativas.

Essas observações são sustentáculos para compreender como a comunicação digital pode ser aprimorada para fortalecer a participação pública e a confiança nas instituições de

saúde em todo o Brasil. A análise desses padrões regionais pode fornecer percepções para o desenvolvimento de estratégias de comunicação mais eficazes em diferentes regiões do Brasil.

Figura 15 – Distribuição de reações, curtidas, comentários e compartilhamentos para as classificações, considerando todas as mídias sociais e Conselhos Estaduais de Saúde.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A Figura 15 mostra a relação entre a classificação da publicação e o número de reações, curtidas, comentários e compartilhamentos, considerando todas as mídias sociais e todos os Conselhos Estaduais de Saúde. Em cada gráfico, as barras horizontais mostram a frequência absoluta e relativa em porcentagem para cada classificação, ordenadas de forma decrescente, da maior contagem para a menor.

O tipo de publicação com maior número de reações foi a classificação 3, com 30,9% das reações, seguido pelas classificações 2 e 4, com 24,5% e 22,6% respectivamente. Em relação às curtidas, a classificação 3 foi a principal, com 33,7%, seguido pelas classificações 2 (23,1%) e 4 (19,5%). A maior proporção de comentários ocorreu nas publicações com

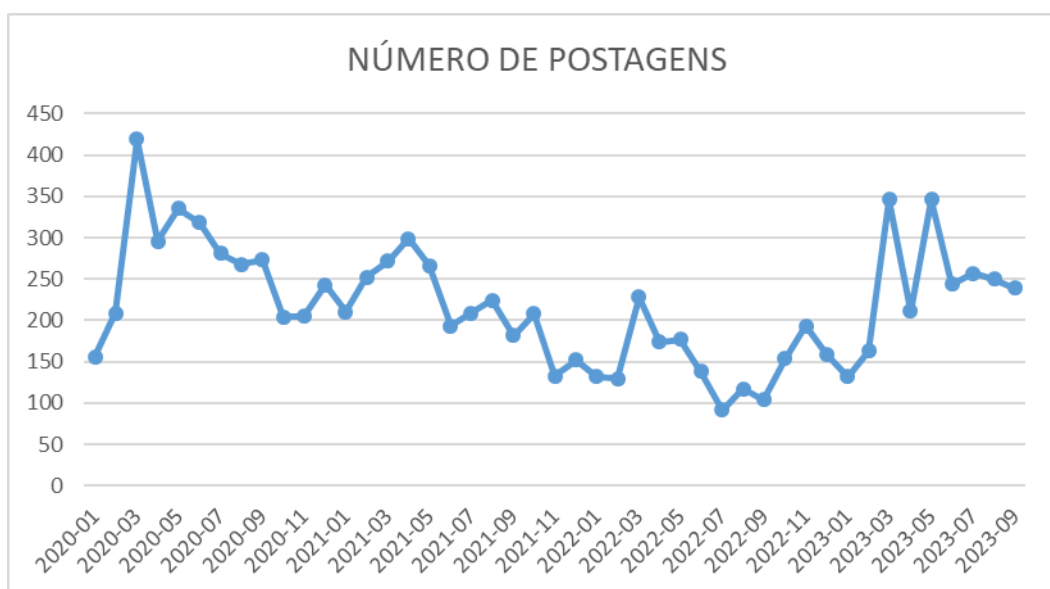




#### 4.4 Publicações no período

O período estudado para as postagens dos conselhos de saúde nas redes sociais abrange de janeiro de 2020 a setembro de 2023. Para entender como a atividade de postagem evoluiu ao longo desse tempo, foi analisado a quantidade de postagens por mês durante o período estudado. Isso possibilitou a identificação de tendência ou padrão significativo na frequência das postagens ao longo do tempo.

Figura 18 – Gráfico das postagens no período



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

A análise temporal das postagens dos conselhos de saúde nas redes sociais mostra a evolução da atividade de postagem de janeiro de 2020 a setembro de 2023. No gráfico da figura 18 pode-se observar a tendência geral de postagens ao longo do tempo.

Em março de 2020 mostrou um aumento significativo no número de postagens, coincidindo com o início da pandemia e a declaração oficial da COVID-19 como uma pandemia pela OMS em 11 de março de 2020. Este pico sugere uma resposta imediata dos conselhos para informar o público sobre medidas de segurança, status de saúde e orientações importantes. Em abril e maio de 2020 a atividade ainda se manteve alta nesses meses, refletindo provavelmente a continuação dos esforços para comunicar políticas emergenciais, disponibilidade de recursos de saúde, e mudanças nas orientações à medida que mais informações sobre o vírus se tornavam disponíveis.

Durante todo o ano de 2020 e início de 2021, a frequência de postagens permaneceu elevada, o que pode ser associado à evolução da pandemia, discussões sobre *lockdowns*, e a campanha de vacinação que começou globalmente no final de 2020 e início de 2021. Após o pico de março de 2021, houve uma redução gradual na quantidade de postagens, o que pode refletir uma estabilização da situação pandêmica e a adaptação das pessoas às novas normas. Este período também pode representar uma fase em que o foco mudou de informação emergencial para suporte contínuo e gestão da vacinação.

Observa-se flutuações na atividade de postagens, que podem estar relacionadas a novas ondas de casos ou ao surgimento de variantes do vírus. Por exemplo, um aumento em março de 2023 poderia estar associado ao surgimento de uma nova variante ou a uma campanha renovada de saúde pública.

A análise temporal das postagens dos conselhos de saúde nas redes sociais revela uma correlação clara com os desenvolvimentos significativos da pandemia de COVID-19. Os conselhos responderam ativamente aos desafios impostos pela crise de saúde, utilizando as redes sociais como uma ferramenta essencial para comunicação rápida e eficaz com o público. A diminuição gradual no volume de postagens pode indicar uma adaptação ou uma estabilização da crise, com os conselhos potencialmente ajustando suas estratégias de comunicação para refletir as mudanças nas necessidades de informação do público.



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo abordou como os Conselhos Estaduais de Saúde no Brasil utilizam as redes sociais para engajar a sociedade e promover a accountability e o controle social. Por meio da análise de 9.794 postagens realizadas no Facebook, no Instagram e no X (ex-Twitter), entre janeiro de 2019 e agosto de 2023, foi possível identificar interações, estratégias e padrões de comunicação digital dos Conselhos Estaduais de Saúde.

Os conselhos de Minas Gerais, do Rio de Janeiro e da Bahia são os que mais apresentam interação com as mídias sociais, com preferência expressiva pelo Facebook, seguida do Instagram, e não utilizam o X (ex-Twitter).

As regiões Sul e Sudeste demonstram uma presença digital mais ativa em relação às regiões Norte e Nordeste. Os conselhos dessas regiões Sul e Sudeste têm um uso mais frequente, uma maior quantidade de postagens e de interações com o público. Esse comportamento pode ser atribuído a uma maior infraestrutura tecnológica e a uma população mais acostumada ao uso de mídias digitais.

Já as regiões Norte e Nordeste apresentam uma presença digital mais tímida. Os conselhos dessas regiões tendem a ter menos postagens e menor engajamento. Isso pode ser resultado de uma infraestrutura digital menos desenvolvida, o que é potencialmente resultado dos baixos recursos (humanos, financeiros etc.) disponíveis para esses conselhos.

O Conselho Estadual de Saúde de São Paulo, na região Sudeste, é um dos estados com maior número de postagens e de interações nas mídias sociais. O Conselho Estadual de Saúde de São Paulo utiliza bastante o Facebook e, em segunda opção, o X (ex-Twitter) para suas comunicações, com um foco significativo na divulgação da agenda de atuação do conselho (2) e na divulgação de atividades realizadas pelo conselho (3), destacando-se como o único conselho que faz suas próprias publicações no perfil do X (ex-Twitter). A presença no Instagram é com menor volume de postagem.

O Conselho Estadual de Saúde do Rio Grande do Sul, na região Sul, também se destaca pelo uso das mídias sociais. Esse conselho utiliza as plataformas para promover campanhas de saúde pública, engajar a comunidade e prestar contas de suas atividades. O Facebook é a plataforma de mídia social mais utilizada pelo conselho, com a maioria das postagens. O Instagram é uma plataforma utilizada, mas com uma presença significativa menor em comparação com a do Facebook, e o conselho não utiliza o X (ex-Twitter). O conselho posta principalmente nas categorias: divulgação de agenda e atuação do conselho (2) e divulgação de atividades realizadas (3).

Entre os achados, observou-se uma diversidade considerável no uso das plataformas dentro de uma mesma região. Por exemplo, os conselhos de saúde da Bahia e de Sergipe demonstraram uma presença digital mais participativa e estratégica, enquanto os conselhos do Maranhão, do Piauí e de Alagoas são notavelmente mais esporádicos em suas postagens.

O conselho de saúde da Bahia é o mais ativo na região Nordeste, com um número significativo de postagens, sendo 528 na categoria de incentivo à participação da população (4), 524 na de divulgação da agenda de atuação do conselho (3) e 492 na de publicações diversas (7); no entanto, apesar da expressiva quantidade de publicações, o conselho apresentou apenas 1 postagem da categoria de prestação de contas dos recursos recebidos para a atuação do conselho (5) e 1 postagem sobre denúncias.

Em contramão, temos o Conselho Estadual de Saúde do Pará, localizado na região Norte do Brasil, que possui uma presença digital limitada. Embora o conselho tenha uma página no Facebook, essa página é utilizada apenas para fornecer informações gerais, como telefone e endereço, e não é usada para a realização de publicações ou de engajamentos ativos com o público. De acordo com os dados disponíveis, o Conselho não realiza postagens ativas em suas redes sociais. Isso indica uma oportunidade não aproveitada de utilizar a plataforma digital para promover a interação com a sociedade.

Constatou-se que o nível de engajamento público está diretamente relacionado à frequência e à relevância do conteúdo compartilhado. Conselhos que adotam uma abordagem proativa na comunicação, como o da Bahia, tendem a registrar maior interação, como demonstrado pelo número de curtidas, de comentários e de compartilhamentos.

Esses achados corroboram o conceito de democracia digital, que facilita a participação cidadã, permitindo que os cidadãos interajam diretamente com os órgãos governamentais (Leão, 2023). Além disso, a accountability sentida se refere ao grau em que as autoridades públicas são responsáveis e transparentes perante os cidadãos, o que aumenta a confiança pública nas ações governamentais (Bovens, 2007), aspecto também presente nos achados.

Este trabalho contribui para o entendimento de como as tecnologias digitais, especificamente as redes sociais, podem ser utilizadas para melhorar a transparência, a accountability e o controle social. Os resultados apoiam a literatura que aponta as redes sociais como ferramentas potenciais para o aumento da participação democrática e do controle social.

É crucial que os conselhos de saúde revisem e fortaleçam suas estratégias de comunicação digital para maximizar o envolvimento público. A incorporação de práticas

como consultas online e enquetes pode promover uma maior interação e um maior feedback da comunidade.

O investimento na capacitação dos membros dos conselhos em habilidades digitais e em comunicação online é essencial para se aproveitar ao máximo o potencial das redes sociais. São recomendados treinamentos focados em práticas de melhor comunicação e em estratégias de marketing digital.

Em resumo, os Conselhos Estaduais de Saúde no Brasil têm uma oportunidade significativa de utilizar as redes sociais não apenas como plataformas de comunicação, mas como espaços vitais para a promoção da accountability, do engajamento cidadão e do controle social.

Os resultados deste estudo sublinham a importância de uma estratégia digital bem planejada e executada, que considere as particularidades da comunidade atendida. A adoção de uma abordagem mais estratégica e participativa na utilização das redes sociais pode transformar significativamente a interação entre os conselhos de saúde e a sociedade, fortalecendo a democracia e a saúde pública no país.

Embora este estudo tenha fornecido observações sobre o uso de mídias sociais pelos Conselhos Estaduais de Saúde, várias lacunas ainda precisam ser abordadas em pesquisas futuras. Uma dessas lacunas é a capacitação digital e técnica dos membros dos conselhos. Há uma necessidade de se investigar mais profundamente como os programas de capacitação podem ser implementados e de que forma estes podem melhorar as habilidades digitais dos membros dos conselhos. Isso inclui não apenas treinamento técnico, mas também estratégias de comunicação e de engajamento com o público.

Outro ponto importante é investigar o impacto de diferentes plataformas de mídia social, já que este estudo focou principalmente em Facebook, em Instagram e em X (ex-Twitter). Pesquisas futuras podem explorar o impacto de outras, como o TikTok e o WhatsApp. Destaca-se também a necessidade de se realizarem estudos longitudinais para que se observem como as práticas de comunicação dos conselhos evoluem ao longo do tempo e quais estratégias se mostram mais eficazes em diferentes contextos sociais e políticos.

Além disso, é essencial averiguar a diversidade regional e cultural, explorando como as diferenças regionais e culturais afetam o uso das mídias sociais pelos conselhos de saúde. Não menos importante, o estudo pode identificar variações significativas entre diferentes estados e regiões, o que sugere que um estudo com abordagem individualizada para cada região ou conselho seja conduzido.

É importante que se examinem as barreiras tecnológicas e de acesso que podem impedir certos segmentos da população de se envolverem plenamente nas interações digitais com os conselhos de saúde. Isso inclui questões de infraestrutura, de alfabetização digital, de maturidade digital e de acessibilidade. Ademais, deve-se investigar como a colaboração entre diferentes níveis de governo e outras organizações de saúde pode ser melhorada por meio do uso de mídias sociais, incluindo a coordenação de mensagens e a ampliação do alcance das campanhas de saúde pública.

Ao abordar essas lacunas, pesquisas futuras podem proporcionar uma compreensão mais abrangente e detalhada das melhores práticas para o uso de tecnologias digitais na promoção da transparência, da accountability e da participação cidadã, o que pode fortalecer e instrumentalizar o controle social e a democracia no Brasil.

## REFERÊNCIAS

ALEKSOVSKA, M., SCHILLEMANS, T., & GRIMMELIKHUIJSEN, S. Lessons from five decades of experimental and behavioral research on *Accountability*: A systematic literature review. **Journal of Behavioral Public Administration**, v. 2, n. 2, p. 1-18, 2019. DOI: doi.org/10.30636/jbpa.22.66

ALMADA, M. P.; CARREIRO, R.; BARROS, S.; GOMES, W. Democracia digital no Brasil: obrigação legal, pressão política e viabilidade tecnológica. **MATRIZES**, v. 13, n. 3, p. 161-181, 2019.

ANÁLISE DE POLÍTICAS PÚBLICAS: uma breve revisão de aspectos metodológicos para formulação de políticas. Disponível em: <https://sinespp.ufpi.br/2018/upload/anais/MTI0.pdf?032203>. Acessado em 13 de janeiro de 2023.

ALVES, Fernando de Brito; SOUZA, Matheus Silveira de. Democracia participativa: os conselhos gestores de políticas públicas como mecanismo de participação popular. **Revista Argumenta**, n. 28, p. 107-403, 2018.

ANDRADE, Mariana Dionísio de; ARAGÃO NETO, Lásaro Arsênio de Paula. Por que é tão complicada a aplicação efetiva do processo de *Accountability* no Brasil?. **Revista Quaestio Iuris**, v. 12, n. 1, p. 122-143, 2019.

BANCO MUNDIAL. World Development Report 1997. Oxford: Oxford University Press. p.1-15. 1997.

BATAGLIA, Murilo Borsio; FARRANHA, Ana Claudia. Controle social e acesso à informação: o papel da transparência passiva no enfrentamento à corrupção. **Interfaces Científicas-Direito**, v. 6, n. 3, p. 27-42, 2018.

BITENCOURT, Caroline Müller; RECK, Janriê Robrigues. Controle da transparência na contratação pública no Brasil—o acesso à informação como forma de viabilizar o controle social da Administração Pública. **Revista do direito**, v. 2, n. 49, p. 96-115, 2016.

BONAVIDES, Paulo. Teoria constitucional da democracia participativa. **São Paulo: Malheiros**, p. 26, 2001.

BRASIL. Constituição da república federativa do Brasil. **Brasília: Senado Federal, Centro Gráfico**, 1988.

BRASIL. Congresso Nacional. Projeto de Lei nº 2630, de 2020. Dispõe sobre a transparência de redes sociais e de serviços de mensagens privadas. Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acessado em 13 de setembro de 2023.

BRITTES, Juçara Gorski; CARNEIRO, Dayana Cristina Barboza; RUGGIERI, Ana Luísa. Bolsonaro x Haddad. **Compólitica**, v. 10, n. 1, p. 59-86, 2020.

BITENCOURT, Caroline Müller; RECK, Janriê Robrigues. Controle da transparência na contratação pública no Brasil—o acesso à informação como forma de viabilizar o controle social da Administração Pública. **Revista do direito**, v. 2, n. 49, p. 96-115, 2016.

BEVIR, Mark. Governance as theory, practice, and dilemma. **The SAGE handbook of governance**, p. 1-16, 2011.

BODE, Leticia; VRAGA, Emily K. See something, say something: Correction of global health misinformation on social media. **Health communication**, v. 33, n. 9, p. 1131-1140, 2018.

BONAVIDES, Paulo. Teoria constitucional da democracia participativa. **São Paulo: Malheiros**, p. 26, 2001.

BRESSER PEREIRA, L. C. A reforma do estado dos anos 90: Lógica e mecanismos de controle. *Lua Nova - Revista de Cultura Política*, n.º.45, 1998: 49-95.

BUCCI, Maria Paula Dallari. O conceito de política pública em direito. In: BUCCI, Maria Paula Dallari (org.). *Políticas públicas: reflexões sobre o conceito jurídico*. São Paulo: Saraiva, 2006.

BARBOSA, Johny Davyd Soares; MOTA, Flávio Perazzo Barbosa. Adoção do governo eletrônico: um estudo sobre o papel da confiança. **Revista de Administração Pública**, v. 56, p. 441-464, 2022.

CAMARGO, Aline Cristina. Usos e apropriações de tecnologias digitais para a participação político-cidadã: perspectivas das juventudes brasileiras. 2020.

CARONE, Renata Rodrigues. A atuação do movimento feminista no Legislativo Federal: caso da Lei Maria da Penha. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, p. 181-216, 2018.

CARVALHO, Luciana Barbosa de. Marketing digital e a administração pública: as mídias sociais como instrumento de participação social e *Accountability*. **Revista Científica**, v. 205, n. 9, p. 1-15, 2021.

CASTRO, Hudson Augusto Silva de; DIAS, Lidiane Nazaré Da Silva. Mídias Sociais Como Estratégia de Atendimento à Lei de Acesso à Informação. **Revista Paraense de Contabilidade**, v. 4, n. 3, p. 6-23, 2019.

CESCHEL, Federico; HINNA, Alessandro; HOMBERG, Fabian. Public sector strategies in curbing corruption: A review of the literature. **Public Organization Review**, v. 22, n. 3, p. 571-591, 2022.

CLEAVER, Frances. Paradoxes of participation: questioning participatory approaches to development. *Journal of International Development*, 11, 597-612. 1999.

CORREIA, M. V. C. **Controle Social**. Dicionário da Educação Profissional em Saúde, 2008.  
COSTA, Ana Maria; VIEIRA, Natália Aurélio. Participação e controle social em saúde. **Fundação Oswaldo Cruz. A saúde no Brasil em**, v. 2030, p. 237-271, 2013.

COSTA, Luciano Elpidio; DE SOUZA, Eliabe Roberto. Controle social: a participação da sociedade na gestão pública sob a ótica da Controladoria-Geral da União. **Revista Controle: Doutrinas e artigos**, v. 18, n. 1, p. 274-291, 2020.

CRISTO, Solange Conceição Albuquerque de. Controle social em saúde: o caso do Pará. **Serviço Social & Sociedade**, p. 93-111, 2012.

DAGNINO, R et al. Gestão estratégica da inovação: metodologias para análise e implementação. Grupo de Análise de Políticas de Inovação/DPCT/Unicamp, Taubaté: Cabral Editora Universitária, 2002.

DIAS, Thiago Ferreira; SANO, Hironobu; MEDEIROS, Marcos Fernando Machado de. **Inovação e tecnologias da comunicação e informação na administração pública**. 2019.

DOIN, Guilherme Augusto; DAHMER, Jeferson; SCHOMMER, Paula Chies; SPANIOL, Enio Luiz. Mobilização social e coprodução do controle: o que sinalizam os processos de construção da lei da ficha limpa e da rede observatório social do Brasil de controle social. **Pensamento & Realidade**. v. 27, n. 2. 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/12648/9211>, acessado em 18/02/2023.

DESIGAUD, Clementine; HOWARD, Philip N.; BRADSHAW, Samantha; KOLLANYI, Bence; BOLSOLVER, Gillian. Junk news and bots during the French presidential election: what are French voters sharing over X (ex-Twitter) in round two?. **ComProp data memo**, v. 21, n. 3, p. 8, 2017.

DUARTE, E. B.; MACHADO, M. F. A. S. **O exercício do controle social no âmbito do conselho municipal de saúde de Canindé, CE**. Saúde e Sociedade. São Paulo, v. 21, supl. 1, p. 126-137, 2012.

DYE, T. R. Models of Politics: Some help in thinking about public policy. **Understanding Public Policy**, V.5, 2005.

FARIA, C. A. P. de. Idéias, Conhecimento e Políticas Públicas: Um inventário sucinto das principais vertentes analíticas recentes. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 18 n. 51, fev 2003.

FEINERER, I.; HORNIK, K.; MEYER, D. Text mining infrastructure in R. **Journal of statistical software**, v. 25, p. 1-54, 2008.

FERNANDES, Violeta Campolina; SPAGNUOLO, Regina Stella; NASCIMENTO, Edinalva Neves. Percepção de conselheiros de saúde sobre acesso às informações e inclusão digital. **Saúde e Sociedade**, v. 26, 2017.

FERRAREZI, Elisabete; OLIVEIRA, Clarice Gomes de. Reflexões sobre a emergência da participação social na agenda das políticas públicas: desafios à forma de organização burocrática do Estado. **V Congresso CONSAD de Gestão Pública**. 2012.

FIGUEIREDO, Leticia Pedrosa. O MARKETING E A SUA IMPORTÂNCIA NO PROCESSO ELEITORAL: UMA DISCUSSÃO ACERCA DAS ELEIÇÕES DE 2018. **Revista Interdisciplinar Pensamento Científico**, v. 6, n. 3, 2020.

FOX, Jonathan. Controle social: o que as evidências realmente mostram. **Revista da CGU**, v. 11, n. 20, p. 1331-1359, 2019.

FREY, Klaus. Políticas Públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil. 2000. Disponível em:<  
<http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/viewFile/89/158> >

GOMES, José Felipe de Freitas; ORFÃO, Nathalia Halax. Desafios para a efetiva participação popular e controle social na gestão do SUS: revisão integrativa. **Saúde em Debate**, v. 45, p. 1199-1213, 2021.

GOMES, Eduardo Granha Magalhães. Conselhos gestores de políticas públicas: aspectos teóricos sobre o potencial de controle social democrático e eficiente. **Cadernos Ebape**. BR, v. 13, p. 894-909, 2015.

HALL, Angela T.; FRINK, Dwight D.; BUCKLEY, M. Ronald. An *Accountability* account: A review and synthesis of the theoretical and empirical research on felt *Accountability*. **Journal of Organizational Behavior**, v. 38, n. 2, p. 204-224, 2015.

HALL, A. T.; BOWEN, M. G.; FERRIS, G. R.; ROYLE, M. T.; FITZGIBBONS, D. E.. The *Accountability* lens: A new way to view management issues. **Business Horizons**, v. 50, n. 5, p. 405-413, 2007.

HAM, Christopher; HILL, Michael. O processo de elaboração de políticas no estado capitalista moderno. Título original: *The policy process in the modern capitalist state*; Londres, 1993. Tradução: Renato Amorim e Renato Dagnino, Unicamp.

HERMOGENES, Lucas Ramon et al. A IMPORTÂNCIA DAS DIGITAL SKILLS EM TEMPOS DE CRISE: alguns aplicativos utilizados durante o isolamento social devido à pandemia do covid-19. **Revista Augustus**, v. 25, n. 51, p. 198-218, 2020.

HUBER, Brigitte; BORAH, Porismita; GIL DE ZÚÑIGA, Homero. Taking corrective action when exposed to *fake news*: The role of *fake news* literacy. **Journal of Média Literacy Education**. 2021.w

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: notas metodológicas**. Rio de Janeiro: IBGE, 2014.

ITUASSU, A.; PECORARO, C.; CAPONE, L.; LEO, L.; MANNHEIMER V. Arthur et al. Mídias Digitais, Eleições e Democracia no Brasil: Uma Abordagem Qualitativa para o Estudo de Percepções de Profissionais de Campanha. **Dados**, v. 66, 2022.

ITUASSU, Arthur. Postmodern Without Modernization: Ages, Phases, and Stages of Political Communication and Digital Campaigns in Brazil (2010–2020). **International Journal of Communication**, v. 17, p. 21, 2023.



JUNIOR, Antonio João de Oliveira Vianna; ABREU, Júlio César Andrade de; RAMOS, Elen Maiara dos Santos Reis; BERNARDES, Sabrina Aparecida Pereira. Contribuições da Lei de Acesso à Informação para o avanço da transparência no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 16, n. 3, p. 134-152, 2019.

KELLER, Tobias S.; KLINGER, Ulrike. Social Bots in Election Campaigns: **Theoretical**. 2019.

KINGDON, John W. Agendas, alternatives and public policies. United States of America: Addison-Wesley Longman, 1984.

KLEIN, Angelica Denise. Transparência do Orçamento Público Municipal: desenvolvimento de uma ferramenta (aplicativo) digital capaz de monitorar em tempo real o Legislativo Municipal de São Leopoldo (RS). **COLÓQUIO-Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 16, n. 2, p. 207-225, 2019.

KLINGNER, Donald E.; NALBANDIAN, John; ROMZEK, Barbara S. Politics, administration, and markets: Conflicting expectations and *Accountability*. **The American Review of Public Administration**, v. 2, pág. 117-144, 2002.

LANGELLA, Cecilia et al. Financial reporting transparency, citizens' understanding, and public participation: A survey experiment study. **Public Administration**, 2021.

LI, Yiran; CHANDRA, Yanto; KAPUCU, Naim. Crisis coordination and the role of social media in response to COVID-19 in Wuhan, China. **The American Review of Public Administration**, v. 50, n. 6-7, p. 698-705, 2020.

LIN, Yanliu; KANT, Stijn. Using social media for citizen participation: Contexts, empowerment, and inclusion. **Sustainability**, v. 13, n. 12, p. 6635, 2021.

LOUREIRO, Maria Rita; ABRUCIO, Fernando Luiz. Políticas fiscais e *Accountability*: o caso brasileiro. **ENCONTRO DA ANPAD**. Rio de Janeiro, 2003.

LOUREIRO, M. R. e FINGERMANN, H. Mudanças na Relação público-privado e a problemática do controle social: Algumas reflexões sobre a situação Brasileira in: *Parceria Público/Privado- Cooperação Financeira e Organizacional entre o Setor Privado e as administrações Públicas Locais*. Lodovici, E., Bernareggi, G., Fingerman, H. (org). Vol. I, Sumus Editora, São Paulo, 1992.

LUPSON, Jonathan; PARTINGTON, David. Individual Civil Servants' Conceptions Of *Accountability*: A preliminary study. **Public Management Review**, v. 13, n. 7, p. 895-918, 2011.

MAGNAGNAGNO, Odirlei Antonio; LUCIANO, Edimara Mezzomo; WIEDENHÖFT, Guilherme Costa. Redução dos Níveis de Corrupção no Brasil: Qual o papel da Tecnologia da Informação e Comunicação?. **Gestão. Org**, 2017. MAGNAGNAGNO, Odirlei Antonio;

LUCIANO, Edimara Mezzomo; WIEDENHÖFT, Guilherme Costa. Redução dos Níveis de Corrupção no Brasil: Qual o papel da Tecnologia da Informação e Comunicação?. **Gestão. Org**, 2017.

MATT, Christian; HESS, Thomas; BENLIAN, Alexander. Digital transformation strategies. **Business & information systems engineering**, v. 57, n. 5, p. 339-343, 2015.

MET, İlker et al. Key success factors for strategic management in digital business. In: **Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems**. Springer, Cham, 2020. p. 283-304.

MASSUCHIN, Michele Goulart; OLIVEIRA, Paula Andressa de. Comunicação pública nos legislativos: *Accountability*, transparência e proximidade com os cidadãos nas redes sociais. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 22, n. 48, 2023.

MONTEIRO, Renato Pereira; PEREIRA, Cléber Augusto; THOMAZ, João Luis Peruchena. *Accountability* e controle social: uma reflexão sobre sua importância e relação para a democracia. **Revista UNEMAT de Contabilidade**, v. 5, n. 9, 2016.

O'DONNELL, G.. *Accountability* horizontal e novas poliarquias. Lua Nova, São Paulo, n.44, p.27-52, 1998

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS): **Histórico da pandemia de COVID-19**. Disponível em <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>> acessado em 10 de fevereiro de 2021.

PARK, Yaerin. Participatory budgeting and willingness to pay taxes: evidence from a sequential exploratory mixed methods study. **Doctoral Thesis**. The George Washington University. 2020.

PATEMAN, C. **Participação e teoria democrática**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992

PENNA, Camila; CARVALHO, Priscila Delgado de; ZANANDREZ, Priscila. Entre procedimento e substância: participação política e sentidos da democracia. **Opinião Pública**, v. 28, p. 678-715, 2023.

PEREIRA, Maria da Paz. **Psicopedagogia e as tecnologias educacionais**. Editora Senac São Paulo, 2022.

PESSOTO, U. C.; HEIMANN, L. S.; BOARETTO, R. C.; CASTRO, I. E. D. N.; KAYANO, J.; IBANHES, L. C.; LUIZ, O. D. C.. Desigualdades no acesso e utilização dos serviços de saúde na região metropolitana de São Paulo. **Ciência & Saúde Coletiva**. v. 12, n. 2, p. 351-362, 2007.

PRUDENCIO, Dayanne S.; FERREIRA, Carlos A. Departamento de Informática do SUS–DATASUS: a gestão de dados de saúde no Brasil e sua contribuição para a inclusão digital. 2019.

RESENDE, Gabriela de Andrade Resende. As Contribuições das Tecnologias de Informação e Comunicação para efetivação do controle social da Assistência Social no município de Uberaba/MG. 2020.

REZENDE, R. B. **Processo De Prestação De Contas E Controle Social Por Meio De Pesquisa Participante: Uma Análise Do Conselho Municipal De Saúde De Anápolis-Go.** 2013. 153 f. Dissertação (Mestre em Ciências Contábeis) – Programa Multiinstitucional e Inter-regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis. UnB, UFPB e UFRN. Brasília, 2013.

ROCHA, Arlindo Carvalho. Auditoria de Gestão-Uma forma eficaz de promoção da *Accountability*. **ENCONTRO DA ANPAD**, v. 31, 2007.

ROLIM, Leonardo Barbosa et al. Participação popular e o controle social como diretriz do SUS: uma revisão narrativa. **Saúde em debate**, v. 37, p. 139-147, 20

ROMZEK, Barbara S.; LEROUX, Kelly; BLACKMAR, Jeannette M. A preliminary theory of informal *Accountability* among network organizational actors. **Public administration review**, v. 72, n. 3, p. 442-453, 2012.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; BRAGA, Sergio; CARLOMAGNO, Marcio Cunha; MARIOTO, Djiovanni Jonas França; ALISON, Murilo Brum e SILVA, Tiago Philippini Ferreira Borges. Estado da arte da democracia digital no Brasil: oferta e sobrevivência das iniciativas. **Revista do Servidor Publico Brasilia**. (1999-2016). 2019.

SANTOS, Matheus Henrique de Souza. ASPECTOS DA GOVERNANÇA DIGITAL DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA FEDERAL DO BRASIL SOB A LUZ DAS ORIENTAÇÕES DA OCDE. **Revista Tempo do Mundo**, n. 25, p. 331-356, 26 abr. 2021.

SOARES, Valéria Gonçalves; CADETE, Jackeline Ferreira Ramos; MATOS, Rosane Moreira. Transparência pública municipal: um recurso para o cidadão averiguar a *Accountability* municipal. 2020.

WHITE, S. C. Depoliticising development: the uses and abuses of participation. *Development in Practice*, v.6, n.1, p.6-15. 1996.

HERMOGENES, Lucas Ramon et al. A IMPORTÂNCIA DAS DIGITAL SKILLS EM TEMPOS DE CRISE: alguns aplicativos utilizados durante o isolamento social devido à pandemia do covid-19. **Revista Augustus**, v. 25, n. 51, p. 198-218, 2020.

LEÃO, José Bruno Martins. A democracia digital como instrumento de fiscalização da representação política. **Revista de Ciências do Estado**, v. 8, n. 2, p. 1-18, 2023.

LI, Yiran; CHANDRA, Yanto; KAPUCU, Naim. Coordenação de crise e o papel das mídias sociais em resposta ao COVID-19 em Wuhan, China. **The American Review of Public Administration**, v. 50, n. 6-7, pág. 698-705, 2020.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business horizons**, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010.

KLEIN, Angelica Denise. Transparência do Orçamento Público Municipal: desenvolvimento de uma ferramenta (aplicativo) digital capaz de monitorar em tempo real o Legislativo Municipal de São Leopoldo (RS). **COLOQUIO-Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 16, n. 2, p. 207-225, 2019.

KINCHESCKI, Geovana Fritzen; RAMOS, Alexandre Moraes; JUNIOR, Carlos Alberto Kinchescki. MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS: A PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE UMA INSTITUIÇÃO FEDERAL DE ENSINO SUPERIOR. ). **COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA**. 2019.

MAGNAGNAGNO, Odirlei Antonio; LUCIANO, Edimara Mezzomo; WIEDENHÖFT, Guilherme Costa. Redução dos Níveis de Corrupção no Brasil: Qual o papel da Tecnologia da Informação e Comunicação?. **Gestão. Org**, 2017.

MATHEUS, Ricardo; JANSSEN, Marijn; JANOWSKI, Tomasz. Design principles for creating digital transparency in government. **Government Information Quarterly**, v. 38, n. 1, p. 101550, 2021. MATT, Christian; HESS, Thomas; BENLIAN, Alexander. Digital transformation strategies. **Business & information systems engineering**, v. 57, n. 5, p. 339-343, 2015.

MET, İ.; UYSAL, E. U.; ÖZKAYA, K. S.; ORÇ, E. Key success factors for strategic management in digital business. In: **Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems**. Springer, Cham, p. 283-304, 2020.

MORAIS, Aissa Siqueira de; TEIXEIRA, Carmem Fontes. Posicionamento dos representantes dos usuários no Conselho Estadual de Saúde da Bahia diante do agravamento do subfinanciamento do SUS em 2016-2018. *Saúde e Sociedade*, v. 30, n. 1, p. e200479, 2021.

MOREIRA, Marília Diógenes. A construção da imagem corporal nas redes sociais: padrões de beleza e discursos de influenciadores digitais. **Percursos linguísticos**, v. 10, n. 25, p. 144-162, 2020.

MORETTIN, P. A.; BUSSAB, W. O. **Estatística básica**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS): **Histórico da pandemia de COVID-19**. Disponível em <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>> acessado em 10 de fevereiro de 2021.

PACETE, Luiz Gustavo. Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. **Forbes Brasil**, v. 9, 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo>. Acessado em: 03/04/2023

PACHECO, H. F.; LEAL, E. M. M.; GURGEL JÚNIOR, G. D.; SANTOS, F. D. A. D. S.; MEDEIROS, K. R. D. A *Accountability* das Organizações Sociais no SUS: uma análise do papel institucional do Conselho Estadual de Saúde em Pernambuco. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, v. 30, 2020.

PATEMAN, C. **Participação e teoria democrática**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992

PESSOTO, U. C. et al. Desigualdades no acesso e utilização dos serviços de saúde na região metropolitana de São Paulo. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 12, n. 2, p. 351-362, 2007.

PINHO, José Antonio Gomes de; SACRAMENTO, Ana Rita Silva. *Accountability*: já podemos traduzi-la para o português?. **Revista de administração pública**, v. 43, p. 1343-1368, 2009.

PINHO, J. A. G.; SACRAMENTO, A. R. S.; RAUPP, F. M.; Amaral, M. S. Transparência governamental em capitais dos estados no Brasil nas contratações emergenciais para o combate da COVID-19. **Revista da CGU**, 12(22), 260-274, 2020.

PINTO, Tainá Rodrigues Gomide Souza; MARTINS, Simone; LEONEL, Danielle Silveira; CKAGNAZAROFF, Ivan Beck. Governança Participativa: possibilidades e desafios na gestão local. **Interações (Campo Grande)**, v. 19, p. 627-641, 2018.

PRUDENCIO, Dayanne S.; FERREIRA, Carlos A. Departamento de Informática do SUS–DATASUS: a gestão de dados de saúde no Brasil e sua contribuição para a inclusão digital. 2019.

R CORE TEAM. **R: A Language and Environment for Statistical Computing**. Vienna, Austria: R Foundation for Statistical Computing, 2024.

RAUPP, Fabiano Maury. A transparência passiva nos maiores municípios brasileiros passados dez anos da Lei de Acesso à Informação. **Revista da CGU**, v. 14, n. 25, p. 20-32, 2022.

REIS, Ruth; ZANETTI, Daniela; FRIZZERA, Luciano. A conveniência dos algoritmos. **Compólitica**, v. 10, n. 1, p. 35-58, 2020.

RESENDE, Gabriela de Andrade. As Contribuições das Tecnologias de Informação e Comunicação para efetivação do controle social da Assistência Social no município de Uberaba/MG. 2020.

REZENDE, R. B. **Processo De Prestação De Contas E Controle Social Por Meio De Pesquisa Participante**: Uma Análise Do Conselho Municipal De Saúde De Anápolis-Go. 2013. 153 f. Dissertação (Mestre em Ciências Contábeis) – Programa Multiinstitucional e Inter-regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis. UnB, UFPB e UFRN. Brasília, 2013.

ROLIM, Leonardo Barbosa et al. Participação popular e o controle social como diretriz do SUS: uma revisão narrativa. **Saúde em debate**, v. 37, p. 139-147, 2013

SANTOS, Rodrigo Otávio dos. Algoritmos, engajamento, redes sociais e educação. **Acta Scientiarum. Education**, v. 44, 2022.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. Análise de conteúdo categorial: **manual de aplicação**. 2021.

OVERMAN, Sjors; SCHILLEMANS, Thomas. Toward a public administration theory of felt *Accountability*. **Public Administration Review**, v. 82, n. 1, p. 12-22, 2022.

SCHILLEMANS, Thomas et al. Understanding Felt *Accountability*: The institutional antecedents of the felt *Accountability* of agency-CEO's to central government. **Governance**, v. 34, n. 3, p. 893-916, 2021.

SILGE, J.; ROBINSON, D. **Text mining with R**: A tidy approach. O'Reilly Media, Inc., 2017.

SOUZA, Bruno Mello; VIEIRA, Maria Antônia. Uso das redes sociais, valores democráticos e confiança institucional no Brasil. **Em Tese**, v. 19, n. 02, p. 17-46, 2022.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ciência da informação**, v. 34, p. 93-104, 2005.

VIANA, Ana Cristina Aguilar. Transformação digital na administração pública: do governo eletrônico ao governo digital. **Revista Eurolatinoamericana de Derecho Administrativo**, v. 8, n. 1, p. 115-136, 2021.

VIEIRA, Aiane de O.; SELEGHIM, Ariane D. Populismo, governabilidade e opinião pública: uma análise da influência das mídias digitais no processo decisório presidencial. **Agenda Política**, v. 8, n. 2, p. 163-186, 2020.