

MÚLTIPLAS HABILIDADES DOS WEB CIDADÃOS: AS COMPETÊNCIAS DOS PÚBLICOS DA PREFEITURA DE ANÁPOLIS

LUANA CAVALCANTE LIMA

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO, Brasil

luanajor@gmail.com

orcid.org/0009-0005-1405-0791

LARA LIMA SATLER

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO, Brasil

satlerlara@gmail.com

orcid.org/0000-0002-2509-6278

RESUMO: a Prefeitura de Anápolis foi premiada pelo Tribunal de Contas dos Municípios (TCM) como a mais transparente de Goiás, em 2023, pelo Programa Nacional de Transparência Pública do Governo Federal. Apenas a presença do órgão em sites e perfis nas redes sociais contribuiu para o prêmio. No entanto, ao mudar o lugar de observação para problematizar como os públicos buscam acesso aos serviços públicos essenciais no município objetiva-se investigar os seus usos socioculturais das mídias, no contexto da cultura digital. Esta análise tem como metodologia a observação digital e a entrevista no momento da produção de dados e o quarto mapa barberiano na análise. Os resultados indicam dificuldades dos públicos para acessar serviços essenciais da Prefeitura de Anápolis por meio da comunicação digital, de modo que apenas estar presente na internet e lançar ferramentas tecnológicas não é suficiente para promover a transparência.

Palavras-chave: Estudos de Recepção. Mediação. Cultura. Cidadania.

MULTIPLE SKILLS OF WEB CITIZENS: THE COMPETENCIES OF THE CITY OF ANNAPOLIS

ABSTRACT: the Anápolis City Hall was recognized by the Municipal Court of Accounts (TCM) as the most transparent in the state of Goiás in 2023, according to the Federal Government's National Program for Public Transparency. The municipality's online presence through its website and social media profiles contributed to this recognition. However, by shifting the analytical focus to how the public seeks access to essential public services in the city, this study aims to investigate the sociocultural uses of media within the context of digital culture. The methodology combines digital observation and interviews for data collection, along with the application of Martín-Barbero's fourth map in the analysis. The results indicate that citizens face difficulties in accessing Anápolis City Hall's essential services through digital communication, suggesting that mere online presence and the adoption of technological tools are not sufficient to ensure transparency.

Keywords: Reception Studies. Mediation. Culture. Citizenship.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2024), Anápolis tem uma área territorial de 935.672 km² e no último censo, publicado em 2024, contabilizou 415.847 habitantes, com o Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 44.860.34. A cidade integra um dos 246 municípios do Estado Goiás, sétimo maior Estado do país, situado na região Centro-Oeste do Brasil. Em 2023, Anápolis alcançou o terceiro maior PIB do Estado (IBGE, 2024). Isso porque é nesta cidade que está localizado o Distrito Agroindustrial de Anápolis (Daia) administrado pela Companhia de Desenvolvimento Econômico de Goiás (Codego)¹, criada pela lei nº 19.064, de 14 de outubro de 2015 que visa atrair investimentos econômicos para a região. Segundo a Codego, Goiás tem uma localização estratégica com rodovias, ferrovias e aeroportos que interligam todos os estados do país, como de países da América Latina. Por isso, é produtor e exportador de sorgo do país, o segundo maior produtor de cana-de-açúcar, o terceiro maior produtor de milho, e o quarto produtor de soja do Brasil e tem ainda o segundo maior rebanho de gado do país. Essas características reforçam o histórico do agronegócio da região.

Em Anápolis, de acordo com os dados do IBGE (2024), o percentual da população com rendimento nominal mensal per capita de até 1/2 salário mínimo é de 31,9% e o salário

Recebido em: 10/07/2025. Aprovado em: 27/08/2025.

DOI: dx.doi.org/10.18224/mos.v15i1.15375

Editor-Chefe: Luiz Carlos do Carmo Fernandes | orcid.org/0000-0003-2786-1102



médio mensal dos trabalhadores formais é de 2.5 salários mínimos. A maioria dos habitantes moram em área urbana, e a taxa de escolaridade chega a 96.3%, das pessoas de 6 a 14 anos de idade. O Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB), em 2023, para os anos iniciais do ensino fundamental na rede pública, era 6,2 e para os anos finais, 5,6 e em relação aos outros municípios ficou na posição de 120 e 86 de 246 cidades. Anápolis apresenta 57,6% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 79,3% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 30,4%.

Jury (2018) realizou uma pesquisa para identificar as ações da Prefeitura de Anápolis para que a população tenha mais acesso à internet. O levantamento de dados de 2004 a 2013 mostra a implantação de espaços comunitários com computadores conectados de uso público para as pessoas acessarem de forma gratuita. Diante das observações e entrevistas com estes usuários, constatou-se que os frequentadores desses locais têm um perfil socioeconômico similar, são 75% que vivem com renda familiar de um e dois salários mínimos. São cidadãos que também apresentam baixa escolaridade e buscam não só o espaço físico, mas também as aulas de inclusão digital oferecidas nestes locais. A pesquisa da Locomotiva Pesquisa & Estratégia publicado na Revista Época Negócios (2017) realizou um estudo sobre o acesso à internet dos brasileiros de 75 municípios, e constatou que o maior número de pessoas conectadas têm o rendimento superior a dez salários-mínimos, “a maior parte da população que ganha até um salário-mínimo está fora das redes” (Jury, 2018, p. 2).

Diante do exposto, sabe-se que a internet permite uma mudança social jamais vista na sociedade ao criar caminhos de conectividade para as pessoas em ambientes digitais produzir e consumir conteúdos. Apesar disso, no digital, surgem linguagens e meios de se comunicar que integram o fluxo comunicacional, mas é preciso ressaltar que o acesso é desigual como apresentaram os dados acima. Martín-Barbero (1995, 2001, 2019) conceitua a mediação da tecnicidade como a que está entre os sujeitos e os meios de modo estrutural, algo que vai além das ferramentas e que envolve um estilo de vida incluindo a formação de novos hábitos que incorporam a cultura da sociedade.

O objetivo desta pesquisa é observar os usos socioculturais dos meios pelos públicos da Prefeitura de Anápolis, órgão que foi premiado em 2023, pelo Tribunal de Contas dos Municípios (TCM) como o mais transparente apenas por implantar canais de comunicação em articulação com as tecnologias digitais. Ao aprofundar a análise do ponto de vista dos sujeitos que precisam das informações para ter acesso a serviços públicos essenciais, é possível entender que nem todos recebem a mensagem da mesma forma, pois transitam nos meios de comunicação *online* e *off-line*, criando caminhos de interpretação de acordo com suas habilidades e competências. É preciso ressaltar que nesta pesquisa o “*online* e *off-line* não são, necessariamente, realidades separadas, mundo real *versus* mundo virtual mas, podem ser

considerados um *continuum* da mesma realidade” (Noveli, 2010, p. 109) como será discutido.

Assim, este artigo investiga com o foco nos públicos da Prefeitura de Anápolis para conhecer as cotidianidades dos usos da transparência divulgada por este órgão público. Assim, como os públicos buscam acesso aos serviços públicos essenciais no município? Apenas as mídias digitais criadas e oferecidas pela Prefeitura como meios de comunicação se tornam suficientes para os cidadãos? O objetivo é identificar como as pessoas usam as informações e como interagem com as tecnologias midiáticas para acessar os serviços essenciais.

Final, mesmo que elas tenham acesso às novas mídias, elas conseguem interpretar as mensagens com as novas linguagens criadas nesse ambiente digital? As mudanças tecnológicas acontecem de forma diferente para cada sujeito. Martín-Barbero (2010a, 2010b, 2014) faz a análise do fluxo comunicacional na perspectiva da América Latina, onde outras questões sociais devem ser consideradas como, por exemplo, as desigualdades socioculturais que envolvem o acesso a novos suportes comunicacionais, o processo educacional para manuseá-los e como são incorporados no cotidiano da sociedade.

Assim, no primeiro momento, o objeto de estudo elege o *Instagram* oficial da Prefeitura de Anápolis visto que após as primeiras análises observou-se a prioridade que a gestão pública dá para esta rede social, com postagens constantes. Com a observação participante no contexto digital, inspirada na metodologia da etnografia para a internet (Hine, 2020), feita a partir dos comentários dos posts, é possível encontrar as manifestações do cidadão em relação ao conteúdo divulgado. O que se busca ver são ações e práticas na busca por informações.

Final, o *Instagram* opera como uma rede social que “engloba autoapresentação e expressão, as comunidades *online* e a vida cotidiana exposta por imagens”, sendo potente para a pesquisa uma vez que a plataforma armazena dados em seus servidores, os públicos replicam conteúdos ampliando sua visibilidade e recupera-se a informação por meio de metadados, *hashtags* e perfis, como o da Prefeitura de Anápolis (Zandavalle, 2018, p. 81). Complementou-se à observação participante, as entrevistas (Travancas, 2005) de modo que os públicos detalham os caminhos que percorrem para acessar os serviços essenciais do município.

Se a mediação considera tudo que está entre as pessoas e os meios, inclusive o que as fazem sentir, interpretar e corresponder de alguma forma, analisamos os dados a partir do quarto mapa de Martín-Barbero (2019, s/d), articulando a tecnicidade e a cidadania. Sendo a tecnicidade a mediação estrutural em uma sociedade marcada pelo avanço tecnológico, inclusive na comunicação, a cidadania medeia o cultural por meio dos “modos como os novos sujeitos atuam e se fazem visíveis” inclusive no digital (Martín-Barbero, 2019, p. 235). Neste contexto, a análise permite observar como a tecnicidade e a cidadania medeiam culturalmente o

modo dos públicos acessarem serviços essenciais do município, pois busca conhecer o seu ponto de vista. Assim, no próximo item será apresentada as premissas teóricas e, na sequência, os procedimentos metodológicos para, a seguir, discutir-se os resultados.

ABORDAGENS TEÓRICAS

Em agosto de 2023, foi publicado no site oficial da Prefeitura de Anápolis a premiação que a cidade recebeu por ser a mais transparente de Goiás segundo o Tribunal de Contas dos Municípios (TCM) que criou o Programa Nacional de Transparência Pública e reúne, em uma plataforma digital, informações dos órgãos públicos brasileiros. A plataforma Radar Brasil recebe os dados dos próprios gestores e cria métodos de pontuação para incentivar a implantação de ações que priorizem as novas tecnologias. A notícia foi bastante explorada pela assessoria de imprensa do município, como apresenta a figura 1, para mostrar uma gestão que se comunica de modo transparente com o cidadão. Com esta informação, buscou-se as mídias oficiais deste órgão público para avaliar essas ações premiadas, mas com um novo olhar, a partir do ponto de vista dos públicos que acessam essas mídias.



Figura 1: Notícia divulgada no site da Prefeitura de Anápolis de agosto de 2023

Fonte: <https://www.anapolis.go.gov.br/anapolis-e-a-cidade-mais-transparente-de-goias-segundo-tcm>. Acesso em: novembro de 2023.

No primeiro momento constatou-se que a rede social mais atualizada pela assessoria de imprensa da Prefeitura de Anápolis é o *Instagram*. Nas postagens desta mídia digital, é na opção de comentários que se encontra as contradições, as dificuldades das pessoas em busca dos serviços públicos essenciais começam uma comunicação no espaço digital, mas quando percebem que não será suficiente, buscam mídias tradicionais - como o telefone - para conseguirem seus atendimentos. O percurso *online* e *off-line* é construído pelo sujeito que, neste estudo, será chamado *web* cidadão, conceito criado pela pesquisa para denominar o cidadão nas suas práticas sociais e suas relações com as mídias, sejam elas via suportes tradicionais ou digitais, e ainda consideram a oralidade como parte desta comunicação. O *web* cidadão, aqui é o sujeito que para a Prefeitura de Anápolis traduz

o contemporâneo e atualizado, mas que na prática, como será discutido, percorre o digital e o tradicional para acessar serviços públicos essenciais.

Martín-Barbero (2019) desenvolve uma teoria da comunicação que tem a cultura como o centro, na qual problematiza a relação com a cidadania e tecnicidade. “A tecnicidade é configuradora de novos modos de percepção, novas linguagens, sensibilidades e escrituras” (Martín-Barbero, 2001, p. 225). A investigação do autor tem como cenário a América Latina e mostra como os usos sociais apresentam modos desiguais, as técnicas penetram e são acessadas de formas diferentes. A relação da tecnicidade e cidadania no quarto mapa barberiano considera a participação da internet e das ações possíveis na cultura digital para mostrar como a formação de um novo comportamento e as alterações nos ambientes culturais auxiliam o nascimento de um novo conceito de cidadão, no exercício da sua cidadania. A cidadania como mediação pode ser compreendida como “os modos como os novos sujeitos atuam e se fazem visíveis, quando materializam e encarnam a cidadania em performances” (Martín-Barbero, 2019, p. 235).

Em diálogo com De Certeau (1998, p. 175-188), um estudo centrado nos sujeitos mostra a importância de analisar as práticas comunicativas singulares e plurais. Essas práticas constroem a vida social e “leva a uma teoria das práticas cotidianas”. No cotidiano as práticas são reveladoras com elementos heterogêneos que podem revelar novos sentidos de falas e hábitos. Nas práticas comunicativas é que esta pesquisa encara um caminho a ser seguido para entender o impacto das novas tecnologias no cotidiano dos públicos da Prefeitura de Anápolis. Aqui, as pessoas que se veem em um contexto digital para acessar serviços básicos do poder público, passam a lidar com uma linguagem e habilidades diferentes das mídias tradicionais. Assim, a cidadania é mediada por essa nova experiência cultural que passa a ser *online* e *off-line* e traduz a transformação tecnocultural expressa na digitalização das condições de produção e dos meios de comunicação social.

Segundo a Associação Brasileira de Comunicação Pública, comunicação pública é a que assume a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo (ABCPública, 2021). Com esta premissa definiram doze pontos que são considerados as principais características deste tema. Trata-se de um documento técnico, elaborado com os pressupostos ideais de uma comunicação que envolve o poder público em diversas esferas e o cidadão.

Dentro desses doze, nesta pesquisa destaca-se dois: nº 7: ser inclusiva e 12º: plural e atuar com eficácia. Segundo a ABCPública², a comunicação pública tem como característica atender as demandas do cidadão, “adaptando as informações ao nível de conhecimento, às condições, e possibilidades de cada pessoa envolvida” (ABCPública, 2021, p. 10). A ideia homogênea de que a Comunicação que envolve Governo, Estado e sociedade civil está focada no cidadão pode dar a ideia de uma comunicação ideal. Em que as ações

desenvolvidas pelo poder público podem ser consideradas eficazes e eficientes nessa dinâmica da busca por informação. A comunicação praticada pelos órgãos públicos tem como característica também ser uma prestação de contas para a sociedade. E se o foco está no cidadão, faz-se necessário observar as questões sociais e tudo que envolve a real inclusão dessas pessoas que querem ter acesso às informações institucionais dos poderes públicos. Martín-Barbero reflete que o lugar da cultura na sociedade se altera “quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental” (2014, p. 248). Por isso, considera-se que por esta análise, é possível entender o comportamento do *web* cidadão e como o digital pode não ser suficiente para garantir uma comunicação transparente e eficiente.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A escolha desta pesquisa é verificar o que os sujeitos dizem, como reagem ao conteúdo produzido pela Prefeitura de Anápolis, neste espaço de renovação da cultura. Então para acompanhar o *web* cidadão a abordagem será qualitativa, uma forma de investigação que proporciona instrumentos para a coleta, sistematização e formulação de dados. A abordagem qualitativa (Minayo, 2012) permite interpretar a vivência de cada *web* cidadão, reunir relatos pessoais e visões subjetivas; indagar e desenvolver um olhar crítico; fazer uso do diário de campo para registrar as observações e informações dos depoimentos dos sujeitos.

Como procedimento serão utilizados os estudos de Recepção. Martín-Barbero aponta que as demandas sociais passam pela recepção (Martín-Barbero, 1995). Ao mudar o lugar da pergunta nas pesquisas em comunicação, este autor coloca o sujeito em evidência em um espaço cultural que se transforma a cada dia. A perspectiva cartográfica da Teoria das Mediações, dentro dos estudos de recepção, é utilizada nesta pesquisa. Em 2019, Martín-Barbero considerou a cidadania na cultura e para entender melhor sua problematização, foram selecionados os textos que tratam a cartografia como método, suas considerações sobre a importância de perceber a oralidade e a narrativa no campo em que se está estudando, observando determinado fenômeno social, que neste caso é o uso das mídias pelos públicos da Prefeitura de Anápolis.

Martín-Barbero propõe o uso da cartografia, mapas, uma trajetória reflexiva para compreender as transformações culturais de cada tempo (Pieniz; Cenci, 2019, p. 145). Martín-Barbero afirma que estudar Recepção, é repensar o processo inteiro de Comunicação e seus questionamentos sobre onde o sujeito está neste processo. “O que faz com que as pessoas se juntem? O que faz com que as pessoas se reconheçam?” (Martín-Barbero, 1995, p. 45).

Também foi utilizado para este trabalho a observação participante (Hine, 2020) no contexto digital que contribuiu para a formulação de novas perguntas no contexto apresentado nesta pesquisa. Observar os modos de interação do

público das mídias produzidas pela Prefeitura de Anápolis, como os sujeitos se encontram em canais de comunicação digitais, mas também estão se movimentando na busca por mais informações, analisando a interatividade e a conexão desses sujeitos. Martín-Barbero pontua que é preciso ver a vida cotidiana como espaço em que se produz a sociedade e não só onde ela se reproduz (Martín-Barbero, 1995, p. 59).

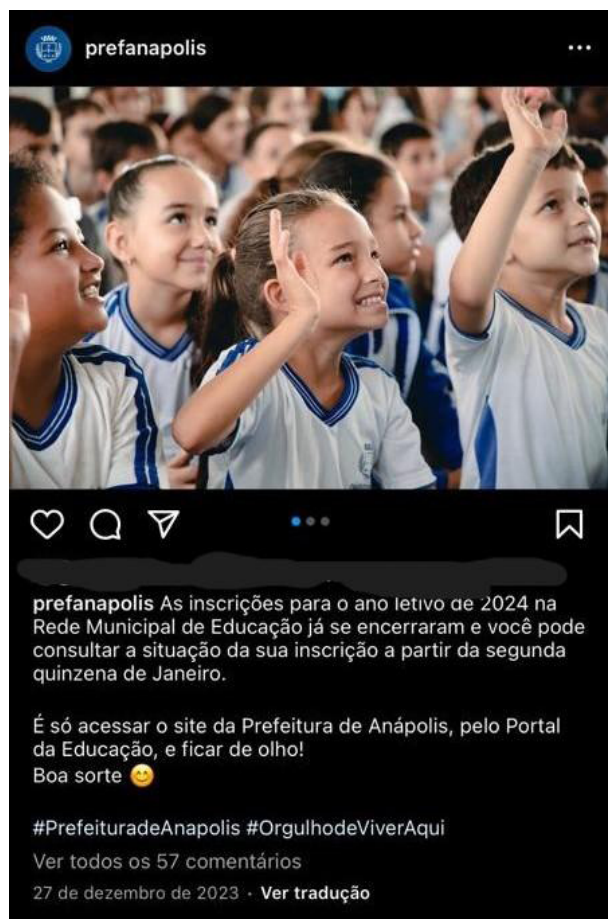
Por meio da observação participante online foi possível produzir os dados, relacionar com as teorias propostas e assim identificar os resultados. Hine (2020) pontua que as várias formas mediadas são suscetíveis de observação, uma delas inspirada na etnografia, assim, “um etnógrafo pode explorar criativamente o que significa para as pessoas ter a internet em suas vidas” (Hine, 2020, p. 9). É por meio da observação digital que se busca entender o que as pessoas estão fazendo na internet. Assim, a observação foi realizada de novembro de 2023 a maio de 2024 tendo como objeto o *Instagram* oficial da Prefeitura de Anápolis. Para melhor detalhar aspectos realizou-se entrevistas (Travancas, 2005) com cidadãos do município, as quais ocorreram no ano de 2025.

RESULTADOS A PARTIR DE POSTS DO INSTAGRAM

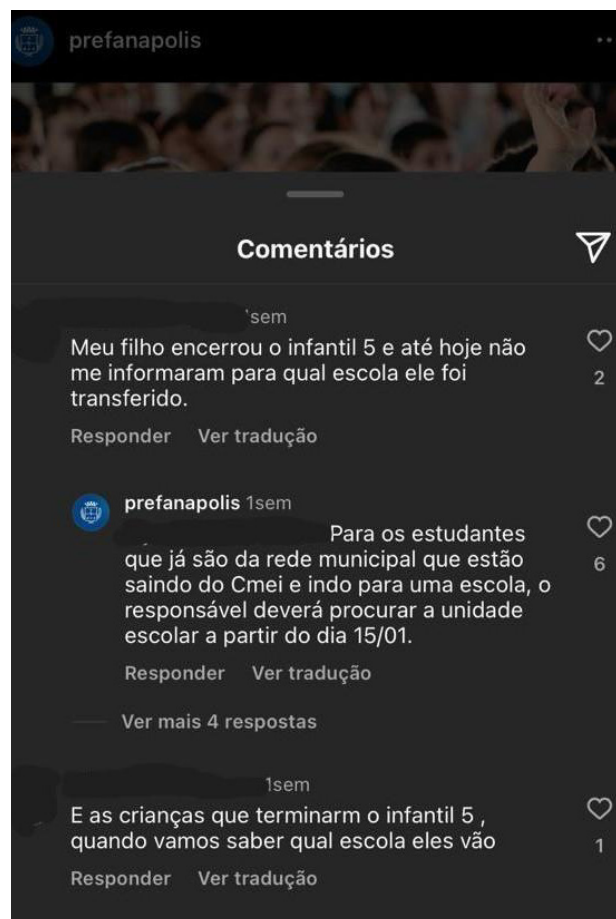
Dentre os posts encontrados, foi selecionado para este artigo as postagens sobre a rede municipal de educação. Elas foram escolhidas já que se trata de um serviço essencial público para as pessoas em vulnerabilidade social. Para conseguir uma vaga em uma das escolas municipais da cidade, a partir de 2024, é preciso fazer um cadastro *online*, preencher os dados e anexar os documentos pessoais nele. A Prefeitura de Anápolis desde o primeiro momento ressaltou que ter um sistema online de matrículas é símbolo de modernidade e que daria mais conforto para as famílias.

Mas ao acompanhar esse *web* cidadão, é possível ver as dificuldades para ações como preencher esse cadastro *online*, e para finalizar a solicitação, este sujeito precisa digitalizar e ter um e-mail. Ou seja, são muitos conhecimentos do digital para que eles possam ter acesso à Educação para seus filhos. No dia 9 de janeiro de 2024, pelo *Instagram*, a Prefeitura de Anápolis posta informações sobre as vagas disponibilizadas para a rede municipal de ensino. No calendário disponibilizado para os pais sobre o passo a passo que deveriam seguir para ter acesso a esse serviço público, é informado que as matrículas foram encerradas e que já é possível consultar (de forma *online*) a situação da inscrição. Uma série de comentários indicam que a busca pela informação não fica apenas no espaço digital criado pelas redes sociais, mas tecnologias de comunicação como o telefone são utilizados, conversas com outros pais e até ir pessoalmente às unidades escolares. Diante da busca por inclusão, todas as formas possíveis são consideradas por esse *web* cidadão, como é possível ver nas figuras 2 e 3.

O post do *Instagram* oficial da Prefeitura de Anápolis tem o texto junto à imagem e sugere uma conexão dos recursos tecnológicos com a agilidade e facilidade para o usuário e torna a administração pública eficiente do ponto de vista dos gestores públicos. “É só acessar o site da Prefeitura de Anápolis, pelo Portal da Educação, e ficar de olho”! A linguagem virtual como, por exemplo, as *hashtags*, tenta aproximar esse *web* cidadão das ferramentas tecnológicas. A palavra acessar, por exemplo, faz parte do vocabulário digital criado pelas mídias digitais.



que esse *web* cidadão almeja só pode ser dada de forma presencial, na unidade educacional mais próxima dele. “Para os estudantes que já são da rede municipal que estão saindo do Cmei e indo para uma escola, o responsável deverá procurar a unidade escolar a partir do dia 15/01”, conforme consta na figura 5, respondida uma semana após a pergunta do *web* cidadão. Se o Instagram é uma rede social cuja principal característica é a dinâmica interacional da plataforma (Zandavalle, 2018), a temporalidade de uma semana pode significar perder a vaga para esse *web* cidadão.



Figuras 2 e 3: Reações ao informar o encerramento das matrículas
Fonte: @prefanapolis.

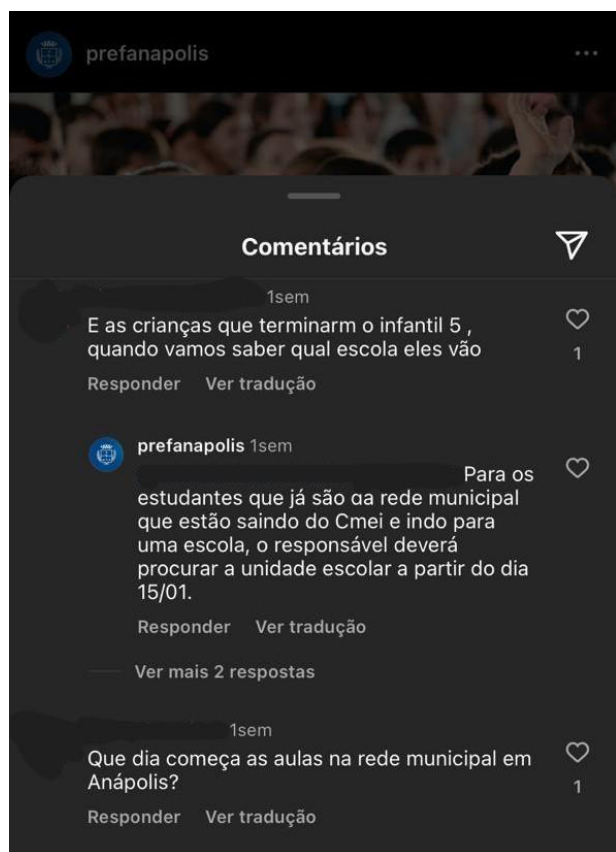
No entanto, os comentários expressam dúvidas e as incertezas dos *web* cidadãos, mesmo o texto da Prefeitura de Anápolis sugerindo algo fácil de fazer. Uma informação importante já que diz respeito ao acesso ao sistema educacional público da cidade e conta com prazos específicos para o ano letivo. Esse ambiente virtual não é suficiente para atender o público da Prefeitura de Anápolis. “meu filho encerrou o infantil e até hoje não me informaram para qual escola ele foi transferido” (figura 3) é uma das falhas desse processo digital.

Faltam informações para os pais que precisam deste serviço do poder público e contradizendo a facilidade do digital para acessar os resultados da rede municipal de ensino, já que ao responder o comentário acima, a resposta

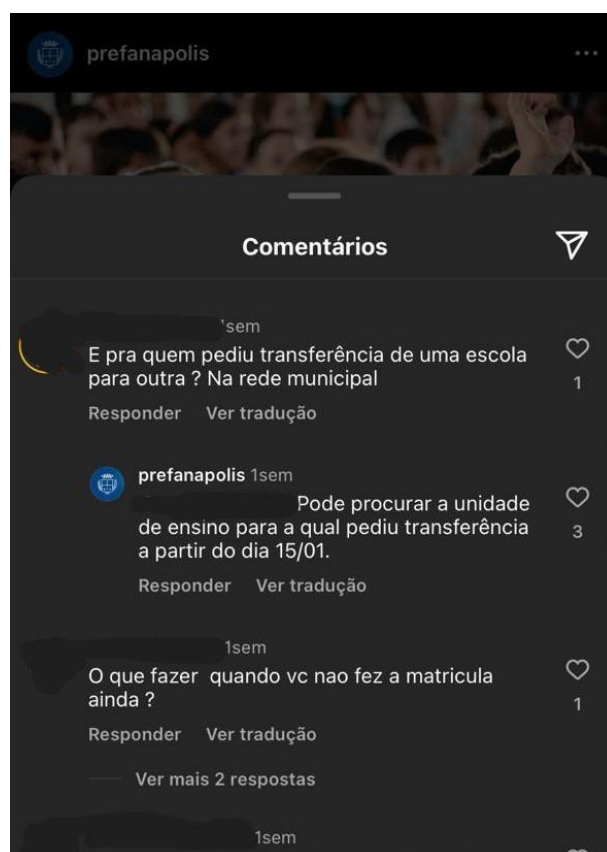
Ainda na particularidade da informação incompleta, a própria Prefeitura de Anápolis demonstra que nem todos os resultados podem ser encontrados de forma online e ainda informa que a solução é apenas mediante a presença dos pais na unidade escolar. A dúvida sobre a transição dos centros municipais de educação infantil surge nos comentários, e para esses *web* cidadãos apenas acessar o site não será suficiente para conseguirem as informações.

Martín-Barbero (1995) define mediação como tudo o que está entre os meios e o sujeito. Com as novas tecnologias, o autor define as novas formas participativas do sujeito, que envolve a tecnicidade e a cidadania, como mediações comunicativas da cultura. Um outro comentário, apresenta que o percurso da informação sai do online

para o *offline* e mesmo que a pesquisa encare ambos como um *continuum* da mesma realidade, pois “cada vez mais permeada pela tecnologia, difundida e ubíqua, a vida e o dia-a-dia das pessoas se molda em torno de novos artefatos” (Noveli, 2010, p. 109), temos aqui um discurso governamental que hierarquiza o *online*, como se ele fosse melhor que o *offline*. Apesar disso, durante uma das entrevistas, um *web* cidadão reclama:



Nas postagens do *Instagram* da Prefeitura de Anápolis, após a informação de que as matrículas estavam encerradas, muitos se viram ainda fora do processo. Sem respostas, com dificuldades de interação com o ambiente virtual, as pessoas se reagrupam e querem chamar a atenção. O resultado de quais crianças têm vagas na rede municipal anunciada através do perfil oficial da Prefeitura de Anápolis no *Instagram* gerou mais dúvidas, mais particularidades, e essas experiências



Figuras 4 e 5: Interação dos *web* cidadãos na postagem da Prefeitura de Anápolis

Fonte: @prefanapolis

Realmente está tendo divergência nas informações, liguei na secretaria da educação. Disse que do dia 22/12 ao dia 01/11 os pais seriam avisados do infantil qual escola seu filho vai ser transferido e não precisava estar comparecendo no cmei. Que os pais seriam avisados. As aulas começam já dia 23 e vamos fazer matrícula dia 15. Muita bagunça (Entrevistado um, informação oral).

Quando o digital não é suficiente, o cidadão recorre a outras mídias, outras formas de participação cidadã. Diante de vários fatores, dois foram observados: dificuldade com o processo das matrículas digitais, mesmo com o passo a passo publicado; informações nos diferentes suportes não tinham o mesmo conteúdo, causando dificuldades para de fato ter acesso ao serviço público. Esses desafios na construção de culturas participativas renovadas “potencializam as múltiplas habilidades e competências dos sujeitos e sua criatividade expressiva nos processos de aprendizagem” (Bonin, 2019, p. 235).

são perceptíveis por este canal de comunicação analisado nesta observação. As dúvidas manifestadas nos comentários muitas vezes não são respondidas pela assessoria da Prefeitura de Anápolis e, quando são tem uma temporalidade outra, deixando de lado a principal característica da rede social que é a instantaneidade, a comunicação mais rápida.

Na entrevista realizada com este público da Prefeitura de Anápolis, esta pesquisa conheceu a história do Personagem Um que compartilhou que tem um filho de três anos e que não entendeu nada do site disponibilizado. Ou seja, desde as primeiras informações divulgadas por este órgão público, não ficou claro como deveria agir para ter acesso a uma vaga na escola da rede pública de Anápolis. Ele confessa que de tecnologia não entende nada e que os amigos contaram para ele sobre o edital da Prefeitura e ao acessar percebeu que não conseguiria sozinho. “Uma amiga minha fez tudo, entreguei a documentação pra ela e quando deu certo, ela me avisou o resultado”, contou explicando como o filho conseguiu de fato estar matriculado na rede municipal de ensino.

Eu sei que os tempos mudaram, estamos na era da tecnologia. Porém as pessoas ainda estão perdidas, principalmente pessoas mais velhas, com mais vulnerabilidade. Algo que é pra toda a população não pode ser só *online*, precisa de pessoas em alguns pontos estratégicos na cidade para ajudar quem precisa (Entrevistado um, informação oral).

Assim, ele explica que não tem muito conhecimento de computador e internet. Ele avalia que muitas pessoas também passam por isso porque não têm acesso à internet, pois “é um sistema burocrático, novo, falta conhecimento. Eu falo por mim e tenho amigos que também não conseguiram pelo mesmo problema, falta de acesso” (Entrevistado um, informação oral). Ao ser questionado se concorda com um sistema totalmente online, ele sugere que é preciso pensar na cidade como um todo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa que norteia este artigo tem como principal objetivo analisar os usos sociais dos meios pelos públicos da Prefeitura de Anápolis, este órgão público que segundo o Tribunal de Contas dos Municípios (TCM), em 2023, é considerado o mais transparente de Goiás por implantar canais de comunicação que usam as novas tecnologias. As novas tecnologias utilizadas pelos administradores públicos são pontuadas como ações eficientes que contemplam o cidadão. Ao analisar esse fluxo comunicacional do ponto de vista do sujeito que terá acesso a essas novas ferramentas é possível entender se de fato essa comunicação é transparente e eficiente para o cidadão.

Ao analisar o cotidiano desse *web* cidadão foi constatado que nem todos recebem as mídias digitais da mesma forma, então essas ações de implantar as novas tecnologias por parte da Prefeitura de Anápolis, a comunicação não se torna eficiente e menos ainda transparente, como se afirma. A falta de conhecimento de novas linguagens, falta de habilidades e competências afeta o fluxo comunicacional.

O Radar Nacional de Transparência Pública é uma plataforma *online* com os dados brasileiros e por este parâmetro, a conectividade e as adesões às novas tecnologias só aumentam. O discurso governamental é que se está aumentando a qualidade da comunicação por meio do digital, mas nem todas as pessoas têm acesso mesmo vivendo nos tempos da modernidade, isto é, premiar um município por apenas possuir um *Instagram* é questionável do ponto de vista da transparência e eficiência da comunicação pública. Afinal, nem todos os *web* cidadãos são respondidos dentro da temporalidade interativa praticada nesta rede social.

Ao encontrar as dificuldades com as novas tecnologias, esse *web* cidadão se reorganiza, ele sai do *online* e busca por meios tradicionais como o telefone e até pela oralidade os caminhos para que ele possa ter acesso aos serviços públicos essenciais. Então, essa metodologia de métrica

sobre modernidade é unilateral de que fala a premiação do Tribunal de Contas dos Municípios (TCM), sendo elaborada pelos próprios gestores que têm intenções políticas e querem que a administração em questão seja sempre bem avaliada. Por isso, neste processo as falhas são ocultadas e apenas as ações positivas são levadas em consideração.

Assim, a Prefeitura de Anápolis apresenta que apenas lançar uma ferramenta de comunicação é suficiente para promover a afirmação de que é a cidade mais transparente de Goiás. Apesar do discurso que afirma ser o *online* superior e mais moderno que o *offline*, na prática comunicativa dos *web* cidadãos ambos precisaram ser acionados para se conseguir uma vaga na escola para seus filhos/as.

Os resultados indicam que as dificuldades dos públicos da Prefeitura de Anápolis ajudam a refletir sobre a necessidade de realmente implementar ações de inclusão social no cotidiano desse sujeito. Apenas os conceitos de cidadania não significam que na prática todos os cidadãos estão incluídos na realidade divulgada pelos relatórios governamentais. A cultura na cidadania revela que o ambiente em que vivem não é igual, então cada sujeito lida com as novas tecnologias de uma forma diferente. O *web* cidadão considera seus hábitos, seus conceitos para buscar informações oficiais do governo municipal, e mesmo aderindo às redes sociais, a comunicação segue um percurso incerto para cada realidade vivida.

NOTAS

- 1 Companhia de Desenvolvimento Econômico de Goiás (Codego). Economia: Anápolis. Goiânia: Codego, s/d. Disponível em: <https://www.codego.com.br/economia/>. Acesso em: 16 out. 2025.
- 2 ABCPública - A Associação Brasileira de Comunicação Pública fundada em 2016 é composta por profissionais de diversos estados e Distrito Federal com o objetivo de incentivar práticas de comunicação dos órgãos públicos que favoreçam o diálogo e a transparência.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA (ABCPÚBLICA). *Carta de Conjuntura da Comunicação Pública*, n. 4. Brasília: ABCPública, 2021. Disponível em: <https://abcpublica.org.br/carta-de-conjuntura-da-comunicacao-publica-numero-4/>. Acesso em: 16 out. 2025.

BONIN, Jiani Adriana. *Estratégia multimetodológica em pesquisa de recepção: revisitando a investigação Telenovela, Identidade Étnica e Cotidiano Familiar*. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/73194726286744935952823235441675674111.pdf>. Acessado em: 15 dez. 2024.

BONIN, Jiani Adriana. *Inter-relações entre culturas, tecnicidade e cidadania na obra de Jesús Martín-Barbero*.

MATRIZES, São Paulo, SP, v. 13, n. 2, p. 27-44, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/157993>. Acessado em: 10 fev. 2024.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: nova edição estabelecida e apresentada por Luce Giard*. 3. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1998.

HINE, Christine. A internet 3E: uma internet incorporada, corporificada e cotidiana. *Cadernos de Campo*, São Paulo, v. 29, n. 2, 2020 e181370. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/181370>. Acessado em: 20 nov. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Cidades: Anápolis. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 16 out. 2025.

JURY, Letícia Arantes. Inclusão digital em contextos de desigualdades: desafios atuais da sociedade conectada. Estudo de caso dos telecentros comunitários de Anápolis, GO, Revista Anápolis, Anápolis, Go, v. 7, n. 3, dez. 2018, ISSN 2178-0722, disponível em <https://portaleducacao.anapolis.go.gov.br/revistaanapolis/?p=204>. Acessado em: 25 maio 2025.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Cidadanias em cena: performance, política e direitos culturais, 2019. In: Hemispheric institute, Bogotá. Disponível em: <https://hemisphericinstitute.org/pt/enc09-academic-texts/item/679-staging-citizenship-performance-politics-and-cultural-rights.html>. Acessado em: 2 mar. 2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Culturas/Tecnicidades/Comunicación* (s/d). Disponível em: https://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/Jesus_Martin_Barbero_Culturas_Tecnicidades_Comunicacion.pdf. Acessado em: 2 mar. 2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicación, espacio público y ciudadanía. In: Medellín, Revista Folios, 2010a. Disponível em: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/11800/10726>. Acessado em: 3 mar. 2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas mundiales de lo cultural. In: *Signo y Pensamiento*, v. 29, n. 57, p. 20-34, 2010b. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052002.pdf>. Acessado em: 3 mar. 2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Diversidade em convergência. MATRIZES, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 15-33, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/90445>. Acessado em: 4 mar. 2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: *Sujeito: o lado oculto do receptor*. Mauro Wilton de Sousa (org.). Tradução e transcrição de: Sílvia Cristina Dotta e Kiel Pimenta. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MINAYO, M. C. de S. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 17, n. 3, p. 621-626, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/39YW8sMQhNzG5NmpGBtNMf/?lang=pt>. 15 jan. 2024.

NOVELI, Marcio. Do off-line para o online: a netnografia como um método de pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a etnografia para a internet? *Revista Organizações em Contexto*, Universidade Metodista de São Paulo - São Bernardo do Campo, v. 6, n. 12, p. 107-133, jul./dez. 2010.

PIENIZ; CENCI *et al* (org.). *Tecnicidades de las mediaciones comunicativas de la cultura a las mutaciones culturales: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero*. Quito, Ecuador: Omar Rincón/ Ciespal, 2019.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 98-109.

ZANDAVALLE, Ana Claudia. Análise de dados visuais no Instagram: perspectivas e aplicações. In: SILVA, Tarcízio; BUCKSTEGGE, Jaquelina; ROGEDO, Pedro. (org.). *Estudando cultura e comunicação com mídias sociais*. Brasília: IEPAD, p. 80-96, 2018.

AGRADECIMENTOS

Os agradecimentos não foram incluídos pelos autores

CONTRIBUIÇÃO DAS AUTORAS

A contribuição de cada autora não foi especificada pelos responsáveis.

CONFLITO DE INTERESSE

Não declarado.

AGÊNCIA DE FOMENTO

Não declarado.

SOBRE AS AUTORAS

Luana Cavalcante Lima. Mestranda em Comunicação na Universidade Federal de Goiás. Graduada Comunicação Social Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

Lara Lima Satler. Doutora em Arte e Cultura Visual pela Universidade Federal de Goiás. Mestre em Filosofia pela Universidade Federal de Goiás. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Pós-Doutorado em Linguística, Letras e Artes pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.