

# O USO DE REDES SOCIAIS EM INSTITUIÇÕES GOVERNAMENTAIS COMO INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO COM O PÚBLICO

*Tamara Karoline Lopes Secotti<sup>1</sup>*

## RESUMO

Esta pesquisa teve por finalidade realizar um levantamento das mídias sociais utilizadas pelas forças de segurança do Estado de Mato Grosso, sendo elas: Polícia Militar, Corpo de Bombeiros Militar e Polícia Judiciária Civil. O estudo buscou registrar o alcance de público de cada mídia, a finalidade e destinação das publicações (público externo/público interno), restringindo a pesquisa nas mídias: Youtube, Facebook, Instagram e Twitter. O estudo apontou a frequência de uso das mídias sociais para divulgação de atividades desenvolvidas pelas instituições, homenagens em datas comemorativas e divulgação de campanhas. Foi constatado que as mídias sociais são pouco exploradas para atendimento ou orientação ao público externo.

**Palavras-chave:** Mídias sociais - Acesso a informação - Administração Pública - Segurança Pública - Divulgação.

## ABSTRACT

The purpose of this research was to carry out a survey of the social media used by the security forces of the State of Mato Grosso, namely: Military Police, Military Fire Brigade and Civil Judicial Police. The study sought to register the audience reach of each media, the purpose and destination of the publications (external audience / internal audience), restricting the search in the media: Youtube, Facebook, Instagram and Twitter. The study pointed out the frequency of use of social media to publicize activities developed by the institutions, tributes on commemorative dates and dissemination of campaigns. It was found that social media are little explored to provide assistance or guidance to external audiences.

**Keywords:** Social media - Access to information - Public Administration - Public Security - Disclosure.

---

<sup>1</sup> Capitã do Corpo de Bombeiros Militar do Estado de Mato Grosso. Graduanda do Curso de Bacharelado em Administração Pública pela Uniasselvi-Sinop/MT.

## INTRODUÇÃO

A sociedade atual convive com a vertiginosa evolução da tecnologia, um celular comprado hoje estará obsoleto daqui há um ano, novas funcionalidades surgem a cada dia, tornando-os cada vez mais atrativos aos seres humanos.

Conforme Moraes e Gagliardi (2015), o mundo mudou depois da era industrial, o desenvolvimento da tecnologia aproximou visões de mundo através de um clique e acompanhar tal evolução é um grande desafio. “O Brasil é o segundo país do mundo a passar mais tempo na internet” (SILVA, 2019), sendo assim, o ambiente digital se tornou a melhor ferramenta de promoção de ideias na atualidade.

Em pesquisas sobre como o tempo conectado é gasto, as redes sociais alcançam os primeiros lugares nos rankings “O Brasil é o segundo país no ranking global, atrás somente das Filipinas. Em média, os brasileiros passam 3h45 por dia usando redes sociais” (POLITI, 2019). “Uma nova pesquisa detectou que o tempo gasto nas redes sociais globalmente aumentou quase 60% em média nos últimos sete anos” (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2019).

Diante deste cenário, as redes sociais se tornaram o ambiente mais promissor para comunicação e divulgação de serviços.

A administração pública não deixa a desejar neste aspecto, ainda que de forma mais tímida quando comparado ao uso de redes sociais por parte de empresas privadas, seu uso tem sido cada vez mais frequente, conforme veremos a seguir.

## O USO DAS REDES SOCIAIS POR INSTIUIÇÕES PÚBLICAS

Com o advento da Constituição Federal, conforme previsto no inciso XXXIII do Artigo 5º, todo cidadão terá o direito à informação do setor público, seja ela de ordem particular e/ou coletiva (BRASIL, 1988). Visando regular o cumprimento de tal direito, no ano de 2011, foi publicada a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, conforme Caput, o texto normativo dispõe sobre a garantia do acesso a informações, previstos na Constituição Federal, em todas as esferas (BRASIL, 2011).

De acordo com o texto normativo, a informação poderá ser solicitada ou não, cabendo a obrigatoriedade de divulgação, como descrito no Artigo 8º da referida Lei e reforçado no § 2º:

“Art. 8º - É dever dos órgãos e entidades públicas promover, independentemente de requerimentos, a divulgação em local de fácil acesso, no âmbito de suas competências, de informações de interesse coletivo ou geral por eles produzidas ou custodiadas. [...]

§ 2º Para cumprimento do disposto no **caput**, os órgãos e entidades públicas deverão utilizar todos os meios e instrumentos legítimos de que dispuserem, sendo obrigatória a divulgação em sítios oficiais da rede mundial de computadores (internet)”. (BRASIL, 2011).

Em atendimento à legislação vigente, os órgãos da Administração Pública foram obrigados a readequar seus sistemas de informação, visando disponibilizar a transparência de seus atos por meio da internet (SILVA et. al, 2018).

A Comunicação institucional habitualmente é realizada através de sites institucionais, contudo, a atualização das informações não acompanha a velocidade dos fatos. “Empresas de comunicação que até pouco tempo detinham de um site institucional, agora precisam de forma constante atualizar suas informações online e interligar as suas redes de relacionamento com seu público”, conforme Moraes e Gagliardi (2015, p.2).

Partindo desta premissa, a Administração Pública preencheu essa “lacuna” com as mídias sociais. Oliveira e Bermejo (2017 apud Cambria et all 2013) afirmam que diversas corporações já perceberam a dimensão das mídias sociais. Segundo Mergel (2013), mídias sociais possuem grande popularidade, tornando-as importantes fontes de informações.

O site Resultados Digitais publicou um ranking das 10 Redes Sociais mais utilizadas no Brasil, como observado na tabela a seguir:

TABELA 1- Ranking das redes sociais mais utilizadas no Brasil.

CLASSIFICAÇÃO NO RANKING	REDE SOCIAL
1º Lugar	YOU TUBE
2º Lugar	FACEBOOK
3º Lugar	WHATSAPP
4º Lugar	INSTAGRAM
5º Lugar	MESSSENGER
6º Lugar	TWITTER
7º Lugar	LINKEDIN
8º Lugar	PINTEREST
9º Lugar	SKYPE
10º Lugar	SNAPCHAT

Fonte: Resultados Digitais<sup>2</sup> (adaptado pela autora)

Considerando o Ranking apresentado, realizaremos neste estudo o levantamento das redes sociais que possibilitam a divulgação de ações, serviços e orientações ao público por parte das forças de segurança do Estado de Mato Grosso, sendo elas: Corpo de Bombeiros Militar, Polícia Militar e Polícia Civil.

Deste modo, o enfoque deste trabalho consiste em realizar um levantamento do uso das Redes Sociais: Youtube, Facebook, Instagram e Twitter por tais Corporações. As pesquisas nas páginas das redes sociais estudadas foram realizadas entre os dias 19 e 23 de junho de 2020.

Para termos uma visão geral da atual situação quando ao uso destas redes sociais, apresentaremos um quadro resumo, visando facilitar o detalhamento das informações, conforme se vê:

QUADRO 1 – Uso das Redes Sociais pelas forças de Segurança do Estado de Mato Grosso

CORPORAÇÃO	YOUTUBE	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER
Polícia Militar	SIM	SIM	SIM	NÃO
Corpo de Bombeiros Militar	SIM	SIM	SIM	NÃO
Polícia Judiciária Civil	SIM	SIM	SIM	SIM

Fonte: Autora

<sup>2</sup> <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil>

A Lei Complementar nº 386, de 05 de março de 2010, dispõe sobre a organização básica da Polícia Militar do Estado de Mato Grosso e estabelece em seu Artigo 29 que a Coordenadoria de Comunicação Social e Marketing Institucional será responsável pela comunicação social da instituição, junto ao público interno e externo.

A Polícia Militar do Estado de Mato Grosso possui um canal no Youtube<sup>3</sup> desde o dia 18 de dezembro de 2016, intitulado TV PMMT, com 15,9 mil inscritos, 130 vídeos postados e 2.580.553 visualizações, no qual são postadas notícias sobre ocorrências atendidas, ações sociais desenvolvidas, homenagem em datas comemorativas e dicas de segurança voltada aos Policiais Militares. O último vídeo postado, até a data desta pesquisa, foi em 12 de junho de 2020.

No Facebook<sup>4</sup>, a Polícia Militar possui uma conta com 69.999 seguidores e 68.894 curtidas. Na descrição são encontradas informações de contato com a Coordenadoria de Comunicação Social e Marketing Institucional, bem como o link do site institucional. A página é utilizada para publicação de frases motivacionais aos Policiais Militares, divulgação de ocorrências atendidas, homenagens à Policiais falecidos, homenagens em datas comemorativas e publicação de ações sociais desenvolvidas. A última postagem na rede social, até a data desta pesquisa, se deu no dia 23 de junho de 2020.

No Instagram<sup>5</sup>, a Polícia Militar possui 32,3 mil seguidores e 2.922 publicações. Suas publicações apresentam características semelhantes à página no Facebook, compartilhando algumas publicações com a rede social, pode-se observar a presença de homenagens em datas comemorativas de modo abrangente (dia do gari, dia das telecomunicações, etc), divulgação de ocorrências atendidas, participação em campanhas sociais (racismo, violência contra mulher, covid, etc), frases motivacionais destinadas aos policiais militares, notícia de falecimento de policiais militares e divulgação de ações sociais. Na descrição do perfil há registro de

<sup>3</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCrG1Ak0Uf7rwdLOqPvSOxEg>, acessado em 23 de junho de 2020 às 13h00min

<sup>4</sup> <https://www.facebook.com/policiamilitarmatogrosso>, acessado em 23 de junho de 2020 às 13h20min

<sup>5</sup> [https://www.instagram.com/pmmt\\_oficial/?hl=pt-br](https://www.instagram.com/pmmt_oficial/?hl=pt-br), acessado em 23 de junho de 2020 às 14h00min

um link que dá acesso concomitante ao site institucional, ao canal do Youtube, ao Disque-denúncia e à telefones para contato das unidades Policiais Militares. A última postagem na rede social, até a data desta pesquisa, se deu no dia 23 de junho de 2020, sendo uma replicação da postagem registrada no Facebook.

A Polícia Militar do Estado de Mato Grosso não possui inscrição no Twitter<sup>6</sup> até a data desta pesquisa.

A Lei Complementar nº 404, de 30 de junho de 2010, Lei de Organização Básica do Corpo de Bombeiros Militar do Estado de Mato Grosso, dispõe sobre a estrutura básica do Corpo de Bombeiros e estabelece em seu Artigo 29 que a Coordenadoria de Comunicação Social (BM-5) é o setor responsável pela comunicação social perante o público interno e externo (MATO GROSSO, 2010).

O Corpo de Bombeiros Militar do Estado de Mato Grosso possui um canal no YouTube<sup>7</sup> intitulado CBMMT (sigla), que conta atualmente com 410 inscritos, 82 vídeos postados e 35.804 visualizações, iniciou o canal no dia 16 de março de 2016 e utiliza a rede social para divulgação de eventos que a Corporação realiza, homenagem aos militares em datas comemorativas (dia das mães, dia da mulher, dia do bombeiro, etc), explanação da legislação de Segurança Contra Incêndio e Pânico e divulgação de dicas de prevenção de acidentes. A última postagem realizada até a data desta pesquisa se deu no dia 12 de maio de 2020.

No Facebook<sup>8</sup>, a instituição conta com 16.090 seguidores e 15.497 curtidas. A página contém dicas de prevenção de incêndios, homenagens em datas comemorativas, incluindo homenagens às demais forças de segurança (Polícia Militar, Polícia Civil, Exército, Marinha e Aeronáutica), divulgação de eventos, divulgação de ações, divulgação de projetos sociais e divulgação de ocorrências. A página registra algumas informações de contato com a Coordenadoria de Comunicação Social (BM5) e link do site institucional. A última postagem registrada pela instituição até a data desta pesquisa é datada de 19 de junho de 2020.

---

<sup>6</sup> Foram pesquisadas as nomenclaturas “PMMT”, “Polícia Militar MT”, “Polícia Militar do Estado de Mato Grosso” e “Polícia Militar de Mato Grosso”.

<sup>7</sup> [https://www.youtube.com/channel/UCXmdW6K3CLQM\\_DC0isxU84Q](https://www.youtube.com/channel/UCXmdW6K3CLQM_DC0isxU84Q), acessado em 23 de junho de 2020, às 14h15min

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/bombeirosmt>, acessado em 23 de junho de 2020, às 14h20min

No Instagram<sup>9</sup>, o Corpo de Bombeiros possui 10,3 mil seguidores e 991 publicações, contempla em sua descrição o link do site institucional e realiza a divulgação de ocorrências, ações, eventos, dicas de prevenção de incêndios e acidentes e homenagens em datas comemorativas. Na descrição do perfil há o registro de identificação da página do Facebook e o link para acesso ao site institucional. A última postagem na rede social, até a data desta pesquisa, se deu no dia 23 de junho de 2020.

O Corpo de Bombeiros não possui inscrição no Twitter<sup>10</sup> até a data desta pesquisa.

A Lei Complementar nº 407, de 30 de junho de 2010, dispõe sobre a Organização e o Estatuto da Polícia Judiciária Civil do Estado de Mato Grosso e prevê em seu Artigo 61 a função do setor responsável pela comunicação social na instituição.

*“A Assessoria de Comunicação Social, nível de assessoramento superior, tem a missão de assessorar a Diretoria Geral e as Diretorias, nos assuntos de comunicação social e divulgação Institucional, competindo-lhe: I estabelecer mecanismos de articulação e integração entre as áreas da Polícia Judiciária Civil para a programação e execução de seus projetos e atividades; II observar as diretrizes e normas da Secretaria de Comunicação Social do Estado; III manter estreito relacionamento com os meios de comunicação da imprensa; IV elaborar textos oficiais, notas e demais informações relativas à Polícia Judiciária Civil concernente à comunicação; V promover a identidade da Polícia Judiciária Civil por meio de campanhas publicitárias, propagandas e desenvolver o marketing e endomarketing institucional; VI manter e atualizar o site Institucional; VII realizar outras atividades afins. Parágrafo único A Assessoria de Comunicação Social é dirigida, preferencialmente por servidor com formação em comunicação social”.* (Mato Grosso, p. 30. 2010)

A Polícia Judiciária Civil possui um canal no Youtube<sup>11</sup> desde o dia 12 de março de 2014, nomeado Polícia Civil MT, com 750 inscritos, 18 vídeos postados e 40.979 visualizações. Utiliza o canal para divulgar as operações de policiamento desenvolvidas, divulgar eventos promovidos pela instituição e registrar mensagens em datas comemorativas, tais como Natal e Ano Novo. O último vídeo postado pela instituição na rede social foi em 03 de maio de 2016.

<sup>9</sup> <https://www.instagram.com/cbmmmt/?hl=pt-br>, acessado em 23 de junho de 2020, às 14h25min.

<sup>10</sup> Foram pesquisadas as nomenclaturas “CBMMT”, “Corpo de Bombeiros Militar MT”, “Corpo de Bombeiros Militar do Estado de Mato Grosso” e “Corpo de Bombeiros Militar de Mato Grosso”.

<sup>11</sup> <https://www.youtube.com/channel/UC1GxJNkPCGRkOAjITMJB6-w>, acessado em 23 de junho de 2020, às 14h40min.

No Facebook<sup>12</sup>, a instituição conta com 17.341 seguidores e 17.164 curtidas. Utiliza a página para registrar operações de policiamento, divulgação de ações e eventos, homenagens em datas comemorativas de modo abrangente (dia do autista, conscientização da violência contra o idoso, aniversário de municípios, etc) e divulgação de campanhas sociais e de prevenção à violência a grupos de risco. A descrição da página registra informações de contato com a Assessoria de Comunicação Social e o link para acesso ao site institucional. A última postagem na página até a data desta pesquisa foi realizada no dia 23 de junho de 2020.

No Instagram<sup>13</sup>, a Polícia Judiciária Civil do Estado de Mato Grosso compartilha a página com a Acadepol (Academia de Polícia), sendo assim, a página foi nomeada como Polícia Civil MT/Acadepol. A instituição utiliza a rede social para divulgação de eventos, cursos e treinamentos realizados e mensagens motivacionais. Nesta rede social a Polícia Judiciária Civil conta com 4.197 seguidores e 390 postagens. A última atualização da página é datada de 04 de julho de 2016.

No Twitter<sup>14</sup>, a Polícia Judiciária Civil iniciou sua inscrição em setembro de 2009, conta com 911 seguidores e utiliza a página para divulgação de operações de policiamento realizadas, registro de eventos e reuniões institucionais e divulgação de estatísticas de atuação. A última postagem na página é datada de 13 de dezembro de 2019.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para melhor discussão dos resultados encontrados serão apresentadas tabelas comparativas, com a finalidade de apresentar as características de uso de cada rede social entre as instituições pesquisadas.

Desta forma, segue o registro dos dados pesquisados relativos ao Youtube:

---

<sup>12</sup> <https://www.facebook.com/Pol%C3%ADcia-Judici%C3%A1ria-Civil-de-Mato-Grosso-289453147871815>, acessado em 23 de junho de 2020, às 14h50min

<sup>13</sup> <https://www.instagram.com/policiacivilmt/?hl=pt-br>, acessado em 23 de junho de 2020, às 14h55min

<sup>14</sup> <https://twitter.com/policiacivilmt>, acessado em 23 de junho de 2020, às 15h35min

**Tabela 2 - Utilização do Youtube entre as forças de segurança do Estado de Mato Grosso**

INSTITUIÇÃO	NOME DO CANAL	DATA DE INSCRIÇÃO	Nº DE INSCRITOS	Nº DE VISUALIZAÇÕES	Nº DE POSTAGENS	DATA DA ÚLTIMA POSTAGEM
POLÍCIA MILITAR	TV PMMT	18/12/2016	15,9 MIL	2.580.553	130	12/06/2020
CORPO DE BOMBEIROS MILITAR	CBMMT	16/03/2016	410	35.804	82	12/05/2020
POLÍCIA JUDICIÁRIA CIVIL	POLÍCIA CIVIL MT	12/03/2014	750	40.979	18	03/05/2016

Fonte: Autora

Como é possível notar, a Polícia Judiciária Civil do Estado de Mato Grosso tomou frente na utilização do Youtube iniciando suas postagens no ano de 2014. No entanto, sua última postagem é datada do ano de 2016, fato que deixa claro que a instituição não tem atualizado suas postagens.

Tanto a Polícia Militar quanto o Corpo de Bombeiros iniciaram o uso desta rede social no ano de 2016 e mantêm suas postagens atualizadas. Contudo, há uma grande diferença no alcance de cada canal, como registrado, a polícia militar ultrapassa em aproximadamente 63 vezes o número de visualizações quando comparado à Polícia Judiciária Civil e em 72 vezes em relação ao Corpo de Bombeiros Militar.

A Polícia Militar possui ainda o maior número de inscritos, bem como de postagens nesta rede social.

**Tabela 3 - Utilização do Facebook entre as forças de segurança do Estado de Mato Grosso**

INSTITUIÇÃO	NOME DO PÁGINA	Nº DE SEGUIDORES	Nº DE CURTIDAS	DATA DA ÚLTIMA POSTAGEM
POLÍCIA MILITAR	Polícia Militar do Estado de Mato Grosso	69.999	68.894	23/06/2020
CORPO DE BOMBEIROS MILITAR	Corpo de Bombeiros Militar de Mato Grosso	16.090	15.497	19/06/2020
POLÍCIA JUDICIÁRIA CIVIL	Polícia Judiciária Civil de Mato Grosso	17.341	17.164	23/06/2020

Fonte: Autora

No facebook, a Polícia Militar registra um número médio 4 vezes maior de seguidores e curtidas quando comparado às demais forças de segurança pesquisadas. Toda a instituição mantém suas postagens atualizadas nesta rede social.

**Tabela 4** - Utilização do Instagram entre as forças de segurança do Estado de Mato Grosso

INSTITUIÇÃO	NOME DO PÁGINA	Nº DE SEGUIDORES	Nº DE PUBLICAÇÕES	DATA DA ÚLTIMA POSTAGEM
POLÍCIA MILITAR	pmmt_oficial	32,3 mil	2.922	23/06/2020
CORPO DE BOMBEIROS MILITAR	cbmmt	10,3 mil	991	23/06/2020
POLÍCIA JUDICIÁRIA CIVIL	policiacivilmt	4.197	390	04/07/2016

Fonte: Autora

No Instagram, a Polícia Militar continua liderando o ranking com 3 vezes mais seguidores do que o Corpo de Bombeiros Militar e 7 vezes mais seguidores do que a Polícia Judiciária Civil. O número de publicações acompanha a proporção da estatística mantendo os mesmos números (3 vezes mais publicações quando comparado ao Corpo de Bombeiros Militar e 7 vezes quando comparado à Polícia Judiciária Civil).

A Polícia Judiciária Civil não atualiza suas postagens desde o mês de julho de 2016. Tanto a Polícia Militar quanto o Corpo de Bombeiros mantém suas publicações no Instagram atualizadas.

**Tabela 5** - Utilização do Twitter entre as forças de segurança do Estado de Mato Grosso

INSTITUIÇÃO	NOME DO PÁGINA	Nº DE SEGUIDORES	DATA DA ÚLTIMA POSTAGEM
POLÍCIA MILITAR	NÃO POSSUI INSCRIÇÃO	-	-
CORPO DE BOMBEIROS MILITAR	NÃO POSSUI INSCRIÇÃO	-	-
POLÍCIA JUDICIÁRIA CIVIL	Polícia Civil de MT - PJCMT	911	13/12/2019

Fonte: Autora

A Polícia Judiciária Civil é a única instituição, dentre as pesquisadas, que possui inscrição no Twitter, no entanto sua última postagem é datada de 13 de dezembro de 2019. Sendo assim, a rede social não vem sendo atualizada pela corporação.

Durante a busca pelas instituições nas redes sociais foi possível observar que não são utilizadas as mesmas nomenclaturas para as diferentes redes sociais, conforme tabela a seguir:

**Tabela 6 - Nomenclatura utilizada nas redes sociais pelas forças de segurança do Estado de Mato Grosso**

INSTITUIÇÃO	YOUTUBE	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER
POLÍCIA MILITAR	TV PMMT	Polícia Militar do Estado de Mato Grosso	pmmt_oficial	-
CORPO DE BOMBEIROS MILITAR	CBMMT	Corpo de Bombeiros Militar de Mato Grosso	cbmmt	-
POLÍCIA JUDICIÁRIA CIVIL	POLÍCIA CIVIL MT	Polícia Judiciária Civil de Mato Grosso	policiacivilmt	Polícia Civil de MT - PJCMT

Fonte: Autora

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na pesquisa foi possível constatar que as mídias sociais utilizadas pelas forças de segurança do Estado de Mato Grosso são essencialmente destinadas à veiculação de informação de ocorrências atendidas e ações desenvolvidas e secundariamente ao registro de homenagens, sendo estas destinadas ao público interno e/ou externo.

Dentre as forças de segurança pesquisadas a única que utiliza as redes sociais para divulgação de informações exclusivamente de interesse externo é o Corpo de Bombeiros, que utiliza o canal do Youtube, aliado às demais postagens, para explanação da Legislação de Segurança Contra Incêndio e Pânico e no Instagram realiza postagens de dicas de segurança ou ainda prevenção de acidentes.

Nas descrições das redes sociais foram encontradas informações de contatos com os setores responsáveis pela comunicação social das respectivas corporações. Todas as descrições continham o link dos sites institucionais das

instituições pesquisadas. Contudo, apenas a Polícia Militar apresentou um link no Instagram relacionado ao Disk-denúncia.

Foi observado que as instituições não apresentam a mesma nomenclatura nas diferentes redes sociais. Tal fato pode vir a dificultar a busca das redes sociais por um mesmo seguidor, ou mesmo confundi-lo quanto à titularidade da página.

A Polícia Militar mantém suas redes sociais atualizadas, compartilhando maior parte das postagens do Instagram com o Facebook. A instituição não possui inscrição no Twitter.

O Corpo de Bombeiros Militar também mantém suas redes sociais atualizadas, no entanto percebe-se uma atividade maior no Instagram, com algumas publicações compartilhadas no Facebook. A corporação conjuntamente não possui inscrição no Twitter.

A Polícia Judiciária Civil possui inscrição em todas as redes sociais pesquisadas. No entanto, mantém atualizadas apenas as publicações do Facebook. No Twitter a última publicação foi realizada em dezembro de 2019 e nas demais redes sociais no ano de 2016.

Nesta pesquisa foi possível comprovar que as forças de segurança do Estado de Mato Grosso seguem a tendência mundial de utilização das mídias sociais, como meio de comunicação. Todavia, a Polícia Judiciária Civil se manteve ativa apenas no Facebook. A motivação para tal fato não foi possível ser constatada neste estudo, sendo um possível objeto de estudo em trabalhos posteriores.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. Lei nº 12.527 de 18 de novembro de 2011. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 18 de nov de 2011.

BRASIL é 2º em ranking de países que passam mais tempo em redes sociais (2019). **Época Negócios**, 06 de set de 2019. Disponível em <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/09/brasil-e-2-em-ranking-de-paises-que-passam-mais-tempo-em-redes-sociais.html>, acessado em 01/06/2020 às 15h33min

CAMBRIA, Erik. et al. **New avenues in opinion mining and sentiment analysis**. IEEE Intelligent Systems, Los Alamitos, v. 28, n. 2, p. 15-21, 2013.

MATO GROSSO. Lei Complementar nº 404 de 30 de junho de 2010. **Diário Oficial do Estado**, Mato Grosso, 30 jun 2010, p.1.

MATO GROSSO. Lei Complementar nº 386, de 05 de Março de 2010. **Diário Oficial do Estado**, Mato Grosso, 05 mar 2010, p.1.

MERGEL, Ines. **A framework for interpreting social media interactions in the public sector**. Government Information Quarterly, Amsterdam, v. 30, n. 4, p. 327-334, 2013.

MORAES, Pâmela Andrade de; GAGLIARDI, André Oliveira. **O advento das redes sociais e seu impacto no interior**. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - UNIJUÍ. 2015.

OLIVEIRA, Daniel José Silva; BERMEJO, Paulo Henrique de Souza. **Mídias sociais e administração pública: análise do sentimento social perante a atuação do Governo Federal brasileiro**. Revista O&S - Salvador, v. 24, n. 82, p. 491-508, Jul./Set. 2017

POLITI, Cássio. Quanto tempo os brasileiros gastam em redes sociais? **Tracto**, 2019. Disponível em <https://www.tracto.com.br/quanto-tempo-os-brasileiros-gastam-em-redes-sociais/>, acessado em 01/06/2020 às 15h37min

RANKING das redes sociais: as mais usadas no Brasil e no mundo, insights e materiais gratuitos. **Resultados Digitais**, 2019. Disponível em <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>, acessado em 18 de junho de 2020, às 14h15min

SILVA, Danilo Moraes da. et. al. **As redes sociais como ferramenta para acesso à informação na administração pública**. Perspectivas em Políticas Públicas. Belo Horizonte. Vol. XI, Nº 21. P. 267-294. jan/jun 2018.

**SILVA, Rafael Rodrigues da. Brasil é o segundo país do mundo a passar mais tempo na internet. Canaltech, 2019. Disponível em**

**<https://canaltech.com.br/internet/brasil-e-o-segundo-pais-do-mundo-a-passar-mais-tempo-na-internet-131925/>, acessado em 01/06/2020 às 15h06min**