



Universidade de Aveiro
2021

**CÁRMEN DOLORES
FERREIRA SILVA**

**O POTENCIAL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO
ONLINE NA MELHORIA DO RELACIONAMENTO EM
CONTEXTO MUNICIPAL**



Universidade de Aveiro
2021

**CÁRMEN DOLORES
FERREIRA SILVA**

**O POTENCIAL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO
ONLINE NA MELHORIA DO RELACIONAMENTO EM
CONTEXTO MUNICIPAL**

Relatório de Estágio apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Administração e Gestão Pública, realizada sob a orientação científica da Doutora Marlene Paula Castro Amorim, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro.

À minha avó Emília, que não pôde ver-me chegar até aqui.

o júri

presidente

Prof. Doutor Gonçalo Alves de Sousa Santinha
Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro

Prof. Doutor João Carlos Gonçalves dos Reis
Professor Auxiliar Convidado, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Prof^a. Doutora Marlene Paula Castro Amorim
Professora Auxiliar, Universidade de Aveiro

agradecimentos

Não podia deixar concluir esta etapa sem agradecer o apoio que muitas vezes foi essencial para que conseguisse ter a força para continuar, e dessa forma, terminar este trabalho. Nem sempre foi fácil, ainda mais neste ano atípico.

Dessa forma, quero começar por agradecer à minha família por tudo o que fizeram por mim, não só nesta etapa em específico, mas ao longo da minha vida. Sem eles, nada disto seria possível.

Quero agradecer também à minha orientadora, a Doutora Marlene Amorim, pela paciência, os ensinamentos e as dicas, que permitiram não só que fosse aperfeiçoando o trabalho mais e mais, mas também que adquirisse ainda mais conhecimento, não só a nível académico, mas também pessoal.

Agradeço, da mesma forma, à Câmara Municipal de Oliveira de Frades por me ter acolhido e proporcionado um excelente estágio, que não só me enriqueceu a nível profissional, mas também me fez crescer enquanto pessoa. Agradeço especialmente a todos aqueles que acompanharam o meu estágio, e partilharam comigo a sua sabedoria. Sem vocês, acredito que o estágio não teria sido a mesma coisa.

Por último, mas não menos importante, agradeço a todos aqueles que direta ou indiretamente me aconselharam, acalmaram, e me deram força para que conseguisse concluir esta etapa. Não foi um percurso fácil, mas sem vocês, teria sido bem mais difícil.

A todos vocês, o meu muito obrigado!

palavras-chave

e-government, administração pública eletrónica, meios de comunicação *online*, *websites* institucionais, redes sociais, administração pública local.

resumo

A modernização constante, intensificada com o surgimento das Tecnologias de Informação e Comunicação, levou, inevitavelmente, a uma evolução por parte da Administração Pública, uma vez que esta necessita de acompanhar as mudanças, a fim de poder entregar serviços de qualidade aos cidadãos. O acesso à informação a um clique de distância da maioria das pessoas, disponível a qualquer hora e em qualquer lugar, tornou a sociedade mais exigente, não só relativamente ao que lhe é concedido, mas também à forma como os recursos lhes são facultados. Como resposta, por parte da Administração Pública, a este novo desafio apresentado pela Sociedade de Informação, surge o *e-government*. Este, caso seja bem implementado, pode permitir melhorar a acessibilidade de todos à informação, bem como atuar ao nível da melhoria do envolvimento do cidadão e do relacionamento deste com as entidades públicas.

Inserido nesta temática surge o presente relatório, decorrente de um estágio curricular realizado na Câmara Municipal de Oliveira de Frades, que para além de descrever as atividades realizadas durante o referido estágio, enquadrando-as e explicando a sua importância para o mestrado em estudo, também aborda um estudo de caso. O trabalho realizado contribui para um maior entendimento da importância que os meios de comunicação *online* podem assumir na melhoria da qualidade dos serviços, nomeadamente ao nível da melhoria da interação e, conseqüentemente, da relação das instituições públicas com os cidadãos.

A metodologia utilizada foi mista (qualitativa e quantitativa), sendo que os dados foram recolhidos através de um inquérito *online*, com base num questionário, dirigido aos cidadãos, enquanto destinatários de Serviços Públicos.

Dessa forma, conseguiu-se determinar o que motiva os cidadãos a visitarem os *websites* institucionais ou a seguir as páginas dos Municípios nas Redes Sociais, permitindo que a informação recolhida sirva de base para melhorar a maneira como os meios de comunicação *online* podem ser utilizados pelos Municípios, em particular o Município de Oliveira de Frades, de forma a possibilitar assim uma maior satisfação por parte dos cidadãos e também uma melhor relação com estes.

keywords

e-government, electronic public administration, online media, institutional websites, social networks, local public administration.

abstract

The constant modernization, intensified with the emergence of Information and Communication Technologies, has inevitably led to an evolution from the Public Administration, since it needs to keep up with changes in order to be able to provide quality services to citizens. Access to information just a click away from most people, available anytime and anywhere, has made society more demanding, not only in terms of what is granted to them, but also in the way resources are provided to them. In response to this new challenge, presented by the Information Society, e-government appears. If well implemented, e-government can improve the accessibility of all to information, as well as improving citizen involvement, and their relationship with public entities.

Integrated in this theme comes the present report, resulting from a curricular internship that was held at Municipality of Oliveira de Frades, which in addition to describe the activities carried out during the internship, also intends to address a case study. The work done contributes to a greater understanding of the importance that online media can assume in improving the quality of services, namely in terms of improving interaction and, consequently, the relationship between public institutions and citizens.

The methodology used was mixed (qualitative and quantitative), and the data were collected through an online survey, based on a questionnaire, addressed to citizens, as recipients of Public Services.

In this way, it was possible to determinate what motivates citizens to visit the institutional websites and/or to follow the Municipalities' pages on Social Networks, allowing the information collected to serve as a basis to improve the way online media can be used by the Municipalities, in particular the Municipality of Oliveira de Frades, so as to enable greater satisfaction from citizens and a better relationship with them.

Índice

INTRODUÇÃO	14
1. Enquadramento	14
2. Objetivos e Finalidades	15
3. Motivação.....	16
4. Estrutura.....	16
CAPÍTULO I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO	18
1. Administração Pública	19
1.1. Administração Pública Local	24
1.2. As Reformas na Administração Pública em Portugal	24
2. As TIC e a Sociedade da Informação na Administração Pública	27
2.1. Produção e difusão da informação e a evolução da comunicação.....	29
3. E-Government	31
3.1. Local <i>e-government</i>	33
3.2. Tipos de Interação no <i>e-government</i>	34
3.3. Níveis de Maturidade do <i>e-government</i>	35
3.4. Vantagens e Desvantagens do <i>e-government</i>	37
3.5. Vantagens do <i>Local e-government</i>	39
3.6. Políticas de <i>e-government</i> / Iniciativas para a SI	39
3.6.1. Políticas de âmbito Europeu	39
3.6.2. Políticas de âmbito Nacional e Local	41
4. Qualidade	44
4.1. Conceito de Qualidade e Conceito de Qualidade nos Serviços Públicos.....	49
4.2. Conceito de Qualidade à luz das Reformas da AP em Portugal	50
4.3. Qualidade no <i>e-government</i>	51
5. Web 2.0 e as Redes Sociais	54
5.1. <i>E-government</i> Tradicional vs <i>E-government</i> 2.0	55
CAPÍTULO II – TRABALHO EMPÍRICO	58
1. Âmbito e Enquadramento do Estágio	58
1.1. Caracterização do Concelho de Oliveira de Frades	58
1.2. Caracterização do Município de Oliveira de Frades	62
1.3. Atividades realizadas no âmbito de Estágio	63
2. Metodologia	68
3. Apresentação e análise dos resultados	71
3.1. Análise Geral.....	71
3.1.1. Caracterização da Amostra.....	71
3.1.2. Meios de Comunicação <i>Online</i>	73
3.1.3. Meios de Comunicação <i>Online</i> nos Municípios	78
3.1.4. Avaliação da Satisfação	86
3.1.5. Melhorias	96

3.2. Análise referente a Oliveira de Frades	98
3.2.1. Caracterização da Amostra	98
3.2.2. Meios de Comunicação <i>Online</i>	99
3.2.3. Meios de Comunicação <i>Online</i> nos Municípios	104
3.2.4. Avaliação da Satisfação	111
3.2.5. Melhorias	119
3.3. Discussão dos resultados obtidos	122
CONCLUSÃO	129
1. Considerações Finais	129
2. Limitações e Investigações Futuras	131
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	132
ANEXOS	137
Anexo I – Lista dos <i>websites</i> analisados	137
Anexo II – Inquérito por Questionário	138

Índice de Figuras

Figura 1 - Cronologia referente aos pontos mais importantes na produção e difusão da informação	29
Figura 2 - Comparação entre o modelo de Di Maio & Baum e o modelo de Layne & Lee	35
Figura 3 - Pilares de desenvolvimento da Sociedade de Informação	42
Figura 4 - Os 14 princípios da Qualidade de Deming	46
Figura 5 - Comparação entre <i>e-government</i> tradicional e <i>e-government</i> 2.0.....	55
Figura 6 - Mapa do Concelho de Oliveira de Frades.....	59
Figura 7 - População residente, média anual: por grupo etário	60
Figura 8 - População residente em idade ativa, média anual: total e por grupos etários	61
Figura 9 - Organigrama da Câmara Municipal de Oliveira de Frades.....	62

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Princípios fundamentais de David Osborn e Ted Gaebler.....	21
Tabela 2 - Princípios que caracterizam a Nova Gestão Pública	22
Tabela 3 - Características do <i>New Public Service</i>	23
Tabela 4 - Dimensões utilizadas por Glassey & Glassey para avaliar a qualidade do <i>e-government</i>	51
Tabela 5 - Dimensões utilizadas por Barnes & Vidgen para avaliar a qualidade do <i>e-government</i>	52
Tabela 6 - Dimensões utilizadas por Sukasame para avaliar a qualidade do <i>e-government</i>	52
Tabela 7 - Dimensões utilizadas por Omar et al., para avaliar a qualidade do <i>e-government</i>	52
Tabela 8 - Dimensões utilizadas por Qutaishat para avaliar a qualidade do <i>e-government</i>	53
Tabela 9 - Dimensões utilizadas por Li & Shang para avaliar a qualidade do <i>e-government</i>	53
Tabela 10 - População residente, média anual: total e por sexo	59
Tabela 11 - Índice de envelhecimento em percentagem.....	60
Tabela 12 - Número de indivíduos em idade ativa por idoso	61
Tabela 13 - N.º de efetivos por faixa etária e por sexo - ano 2019	63
Tabela 14 - <i>Websites</i> institucionais analisados inicialmente	65
Tabela 15 - <i>Websites</i> analisados posteriormente	66
Tabela 16 - Dimensões do Índice de Transparência.....	67
Tabela 17 - Grupos de Questões do Questionário	70
Tabela 18 - Relação entre a frequência com que os inquiridos procuram informação no Facebook e o grau de satisfação	88
Tabela 19 - Relação entre a frequência com que os inquiridos procuram informação no Instagram e o grau de satisfação	91
Tabela 20 - Relação entre a frequência com que os inquiridos visitam o <i>website</i> institucional e o grau de satisfação	93
Tabela 21 - Relação entre a idade e o grau de satisfação com o <i>website</i> institucional	94
Tabela 22 - Relação entre a frequência com que os inquiridos procuram informação no Facebook do Município de OF e o grau de satisfação	112
Tabela 23 - Relação entre a frequência com que os inquiridos procuram informação no Instagram do Município de OF e o grau de satisfação	114
Tabela 24 - Relação entre a idade e o grau de satisfação com o <i>website</i> do Município de OF.....	117
Tabela 25 - Descritivo do Primeiro Grupo de Questões do Questionário	122
Tabela 26 - Descritivo do Segundo Grupo de Questões do Questionário	123
Tabela 27 - Descritivo do Terceiro Grupo de Questões do Questionário	124
Tabela 28 - Descritivo do Quarto Grupo de Questões do Questionário	126
Tabela 29 - Descritivo do Quinto Grupo de Questões do Questionário	127

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Caracterização da amostra por género.....	71
Gráfico 2 Caracterização da amostra por grupo etário	71
Gráfico 3 Caracterização da amostra por habilitações literárias.....	72
Gráfico 4 Caracterização da amostra por situação laboral.....	72
Gráfico 5 Caracterização da amostra por Município	72
Gráfico 6 Caracterização da amostra por Distrito	73

Gráfico 7 Importância atribuída aos meios de comunicação <i>online</i>	73
Gráfico 8 Importância atribuída aos meios de comunicação <i>online</i> por grupo etário.....	74
Gráfico 9 Importância atribuída aos meios de comunicação <i>online</i> por habilitação literária	75
Gráfico 10 Importância atribuída aos meios de comunicação <i>online</i> por situação laboral.....	75
Gráfico 11 Meios de comunicação <i>online</i> utilizados e com que frequência.....	76
Gráfico 12 Finalidade dada aos meios de comunicação <i>online</i>	77
Gráfico 13 Dispositivos utilizados para aceder aos meios de comunicação <i>online</i> e com que frequência .	78
Gráfico 14 Número de inquiridos que seguem a página no Facebook, Instagram e/ou visitaram o <i>website</i> do seu Município	79
Gráfico 15 Razões que levaram os inquiridos a seguir a página do seu Município no Facebook	80
Gráfico 16 Razões que levaram os inquiridos a seguir a página do seu Município no Instagram.....	80
Gráfico 17 Razões que levaram os inquiridos a visitar o <i>website</i> do seu Município.....	81
Gráfico 18 Razões que levaram os inquiridos a não seguir a página do seu Município no Facebook	82
Gráfico 19 Razões que levaram os inquiridos a não seguir a página do seu Município no Instagram.....	82
Gráfico 20 Procura de informação na página do Facebook, Instagram ou no <i>website</i> do Município e com que frequência	83
Gráfico 21 Número de inquiridos que seguem a página no Facebook, Instagram e/ou visitaram o <i>website</i> de outro Município	84
Gráfico 22 Razões que levaram os inquiridos a seguir a página de outro Município no Facebook	84
Gráfico 23 Razões que levaram os inquiridos a seguir a página de outro Município no Instagram.....	85
Gráfico 24 Razões que levaram os inquiridos a visitar o <i>website</i> de outro Município.....	85
Gráfico 25 Procura de informação na página do Facebook, Instagram ou no <i>website</i> de outro Município e com que frequência	86
Gráfico 26 Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos à página dos Municípios no Facebook....	87
Gráfico 27 Média da avaliação da qualidade da página dos Municípios no Facebook	87
Gráfico 28 Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos à página dos Municípios no Instagram ...	90
Gráfico 29 Média da avaliação da qualidade da página dos Municípios no Instagram	91
Gráfico 30 Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos ao <i>website</i> dos Municípios.....	92
Gráfico 31 Média da avaliação da qualidade do <i>website</i> dos Municípios	93
Gráfico 32 Avaliação das possíveis melhorias na página dos Municípios no Facebook.....	96
Gráfico 33 Possíveis melhorias na página dos Municípios no Facebook.....	96
Gráfico 34 Possíveis melhorias na página dos Municípios no Instagram.....	97
Gráfico 35 Avaliação das possíveis melhorias no <i>website</i> dos Municípios.....	97
Gráfico 36 Possíveis melhorias no <i>website</i> dos Municípios.....	98
Gráfico 37 Caracterização da amostra por género.....	98
Gráfico 38 Caracterização da amostra por grupo etário	98
Gráfico 39 Caracterização da amostra por habilitações literárias.....	99
Gráfico 40 Caracterização da amostra por situação laboral.....	99
Gráfico 41 Importância atribuída, pelos inquiridos residentes em OF, aos meios de comunicação <i>online</i>	99
Gráfico 42 Importância atribuída, pelos inquiridos residentes em OF, aos meios de comunicação <i>online</i> por grupo etário	100
Gráfico 43 Importância atribuída, pelos inquiridos residentes em OF, aos meios de comunicação <i>online</i> por habilitação literária.....	101
Gráfico 44 Importância atribuída, pelos inquiridos residentes em OF, aos meios de comunicação <i>online</i> por situação laboral	101
Gráfico 45 Meios de comunicação <i>online</i> utilizados pelos inquiridos residentes em OF e com que frequência	102
Gráfico 46 Finalidade dada, pelos inquiridos residentes em OF, aos meios de comunicação <i>online</i>	103
Gráfico 47 Dispositivos utilizados, pelos inquiridos residentes em OF, para aceder aos meios de comunicação <i>online</i> e com que frequência.....	104
Gráfico 48 Número de inquiridos residentes em OF que seguem a página do Município no Facebook e Instagram e/ou visitaram o <i>website</i> institucional.....	105
Gráfico 49 Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a seguir a página do Município no Facebook	105
Gráfico 50 Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a seguir a página do Município no Instagram.....	106
Gráfico 51 Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a visitar o <i>website</i> do Município	106
Gráfico 52 Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a não seguir a página do Município no Facebook	107

Gráfico 53 Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a não seguir a página do Município no Instagram.....	107
Gráfico 54 Procura de informação, por parte dos inquiridos residentes em OF, na página do Facebook, Instagram ou no <i>website</i> do Município e com que frequência.....	108
Gráfico 55 Número de inquiridos, residentes em OF, que seguem a página no Facebook, Instagram e/ou visitaram o <i>website</i> de outro Município	108
Gráfico 56 Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a seguir a página de outro Município no Facebook	109
Gráfico 57 Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a seguir a página de outro Município no Instagram.....	109
Gráfico 58 Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a visitar o <i>website</i> de outro Município	110
Gráfico 59 Procura de informação, por parte dos inquiridos residentes em OF, na página do Facebook, Instagram ou no <i>website</i> de outro Município e com que frequência	110
Gráfico 60 Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos à página do Facebook do Município de OF	111
Gráfico 61 Média da avaliação da qualidade da página do Facebook do Município de OF.....	111
Gráfico 62 Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos à página do Instagram do Município de OF	113
Gráfico 63 Média da avaliação da qualidade da página do Instagram do Município de OF	114
Gráfico 64 Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos ao <i>website</i> do Município de OF	116
Gráfico 65 Média da avaliação da qualidade do <i>website</i> do Município de OF.....	116
Gráfico 66 Avaliação das possíveis melhorias na página do Município de OF no Facebook	119
Gráfico 67 Possíveis melhorias na página do Município de OF no Facebook	119
Gráfico 68 Avaliação das possíveis melhorias na página do Município de OF no Instagram	120
Gráfico 69 Possíveis melhorias na página do Município de OF no Instagram.....	120
Gráfico 70 Avaliação das possíveis melhorias no <i>website</i> do Município de OF	121
Gráfico 71 Possíveis melhorias no <i>website</i> do Município de OF	121

Lista de Siglas

AP – Administração Pública
 CM – Câmaras Municipais
 CMOF – Câmara Municipal de Oliveira de Frades
 GQT – Gestão pela Qualidade Total
 NPG – Nova Gestão Pública
 NPS – *New Public Service*
 OF – Oliveira de Frades
 SI – Sociedade da Informação
 TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação
 UE – União Europeia

INTRODUÇÃO

1. Enquadramento

No contexto atual, a qualidade dos serviços esperados pelos cidadãos, especialmente ao nível municipal, obedece a padrões cada vez mais exigentes. Os cidadãos esperam do Serviço Público a capacidade de disseminar informação de forma consistente e inclusiva, bem como de implementar mecanismos que permitam auscultar e interpretar as suas necessidades de forma regular. O desenvolvimento de rotinas de interação e auscultação dos cidadãos pode envolver a criação de modelos participativos, mais ou menos formais. A crescente generalização e acessibilidade das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) criou novas oportunidades de interação com os cidadãos, e tem elevado as expectativas sobre a agilidade na interação com os Serviços Públicos. Dessa forma, o poder local e também os organismos da Administração Pública (AP) têm sido desafiados a mudar, uma vez que estes ganham consciência das oportunidades que as TIC têm para oferecer, levando à introdução de novas práticas relacionadas com o digital na Administração Pública, particularmente a nível local (Gouveia, 2004).

As TIC proporcionam novos meios que permitem o relacionamento direto entre as entidades públicas e os cidadãos, reforçando assim a oportunidade para a criação de condições de transparência bem como para a prestação de novos serviços. As TIC oferecem também imensas potencialidades nas mais variadas áreas, uma vez que facilitam o exercício de direitos fundamentais, dado que podem proporcionar um acesso mais facilitado à informação e a novas formas de diálogo social, quer a nível nacional, como regional e local. Espera-se também que permitam melhorar as condições de participação dos cidadãos na tomada de decisões, ao possibilitarem a existência de novas dimensões à liberdade de expressão (MSI, 1997). Dessa forma, é perceptível que as TIC podem permitir uma melhoria na informação e nos serviços fornecidos aos cidadãos, melhoria na relação com as empresas e com os cidadãos, e melhoria na gestão e na tomada de decisão, sendo que o resultado disso é o aumento da transparência, a redução de custos e maior comodidade e ainda a oportunidade de renovação da governação e de modernização administrativa (Santos & Amaral, 2002).

No entanto, tentar implementar serviços de qualidade, principalmente quando se usam os meios de comunicação *online* – nomeadamente as páginas institucionais e a comunicação possível de veicular através das Redes Sociais - acarreta impactos nas práticas de gestão uma vez que estas exigem um pensamento estruturado e a definição de uma estratégia de implementação, gestão e sustentabilidade por parte dos Gestores Públicos. Desde logo, a natureza da informação a veicular é de ordem muito variada, podendo não só incluir elementos de carácter institucional, técnico, mas também outros de natureza mais relacional e identitária, uma vez que, de acordo com Gouveia (2004), espera-se, especialmente nas Autarquias Locais, que o uso de meios *online*, frequentemente também designado de *e-government*, contribua para a valorização do território e para a melhoria da qualidade de vida das pessoas que nele habitam e interagem. Além disso, importa também considerar a diversidade de perfis, interesses e literacias dos cidadãos, aos quais a Gestão Pública tem de atender de forma

abrangente e inclusiva.

2. Objetivos e Finalidades

Dado a vontade de querer colocar em prática os conhecimentos adquiridos durante o Mestrado em Administração e Gestão Pública, e de familiarizar-me dessa forma com o mundo do trabalho e de adquirir experiência profissional, optou-se pela realização de um estágio curricular, que no caso em específico foi realizado na Câmara Municipal de Oliveira de Frades (CMOF). Com base nesse estágio e em conformidade com a problemática exposta no ponto anterior, surge o presente Relatório de Estágio.

O trabalho desenvolvido durante o estágio permitiu contactar com diversas temáticas uma vez que foi possível passar por vários departamentos da entidade acolhedora, não só porque se pretendia adquirir o máximo de conhecimento possível, mas também de forma a conhecer melhor a entidade e a natureza dos serviços que esta presta, e ainda de familiarização com as equipas e com o contexto do território que a instituição serve. Particularmente o estágio permitiu aumentar o conhecimento prático relativo ao desenvolvimento e gestão de ferramentas e conteúdos de comunicação *online*, alinhados com o perfil social e demográfico dos cidadãos do território em concreto.

O período de estágio contemplou ainda o desenvolvimento de atividades de investigação, relacionadas com a temática do estágio, em complementaridade com as várias atividades de apoio aos diversos departamentos. Assim, foi conduzido um estudo de caso, que pretendia explorar em maior detalhe o potencial dos meios de comunicação *online* na melhoria do relacionamento com os munícipes. O trabalho levado a cabo focou-se na recolha e análise de informação a fim de perceber como é que a utilização destes meios de comunicação pode melhorar o envolvimento e, conseqüentemente, o relacionamento dos cidadãos com a gestão pública e com o seu território. Em conciliação com este trabalho, e no contexto das atividades desenvolvidas na Câmara Municipal, destaca-se particularmente a do redesenho da estrutura interna do *website* institucional, que envolveu, para além da necessária análise de literatura preliminar, especialmente o Índice de Transparência e o estudo *Presença na Internet das Câmaras Municipais Portuguesas*, o desenvolvimento e aplicação de um inquérito por questionário, dirigido aos cidadãos enquanto destinatários de Serviços Públicos. Este não só seria mais abrangente, uma vez que analisaria outros aspetos não contemplados pelos estudos anteriormente referidos, e incluiria também outros meios de comunicação *online* (como as Redes Sociais Facebook e Instagram), mas teria também em atenção a perceção/opinião dos munícipes. O questionário desenvolvido procurou atender aos seguintes objetivos de investigação:

1. Qual a importância atribuída aos meios de comunicação *online*, e qual o seu perfil de utilização;
2. Qual a familiaridade e relacionamento dos cidadãos com a presença *online*, em *websites* e nas Redes Sociais (Facebook e Instagram), do seu Município;
3. Qual a familiaridade e relacionamento dos cidadãos com a presença *online*, em

- websites* e nas Redes Sociais (Facebook e Instagram), de outros Municípios;
4. Qual o grau de satisfação dos cidadãos relativamente à qualidade da presença *online* do seu Município;
 5. Quais as áreas de potencial melhoria na presença *online* do Município identificadas pelos cidadãos.

Dessa forma, pretendia-se entender quais as perspetivas dos cidadãos aquando da utilização dos meios de comunicação *online* em geral; determinar o que os motiva a visitarem os *websites* institucionais, ou a seguir as páginas dos Municípios nas Redes Sociais, particularmente a página no Facebook e no Instagram; e entender quais as perspetiva dos cidadãos aquando da utilização dos meios de comunicação *online* disponibilizados pelas entidades públicas, a fim de perceber se estas correspondem às expectativas, e caso não correspondam, perceber se um uso melhorado destes meios de comunicação por parte das instituições – através, por exemplo, de uma comunicação *online* com mais conteúdo e este mais relevante para os cidadãos, mais organizado e mais alinhando com as boas práticas – levaria a uma maior satisfação do munícipe e a uma maior proximidade da entidade com os seus cidadãos. Assim, espera-se que a informação recolhida sirva de base para melhorar a maneira como os meios de comunicação *online* podem ser utilizados pelos Municípios, particularmente o Município de Oliveira de Frades, de forma a possibilitar uma maior satisfação por parte dos cidadãos e também uma melhor relação com estes.

3. Motivação

A escolha deste tema deveu-se não só ao elevado interesse na área dos meios de comunicação *online*, mas também ao facto da maior parte dos estudos relativamente à utilização das TIC e dos serviços *web* por parte das entidades públicas se focarem essencialmente na análise do nível de maturidade do *e-government* apresentado por estas, e utilizarem somente como instrumento de análise os *websites* institucionais, não analisando outros meios de comunicação *online*, como por exemplo as Redes Sociais. Para além disso também não têm em atenção as perspetivas dos cidadãos relativamente à forma como estes meios de comunicação são utilizados pelas entidades públicas.

Dessa forma, ao direcionar o estudo mais para a vertente de como é que a utilização dos meios de comunicação *online* podem melhorar o envolvimento e o relacionamento dos cidadãos com a Gestão Pública e com o seu território, e para tal, ter em atenção as perspetivas dos cidadãos, pode ser uma mais valia ao permitir adquirir novos conhecimentos para a área.

4. Estrutura

O presente relatório encontra-se estruturado em quatro (4) partes, sendo que a primeira corresponde à Introdução, onde se fez um ligeiro enquadramento do tema, se apresentou os objetivos e as finalidades, se explicou a motivação para a escolha do tema e se estabelece a estrutura do relatório. A segunda parte consiste no Capítulo I referente ao

Enquadramento Teórico, em que através de uma breve revisão da literatura, se aborda conceitos importantes relativos à temática em estudo, aliando estes com referências que discutam o papel das novas tecnologias e dos novos meios de comunicação *online* na relação com os cidadãos. Dessa forma, neste capítulo, abordar-se-ão conceitos como Tecnologias de Informação e Comunicação, Sociedade da Informação, *E-government*, *Web 2.0* e Redes Sociais. A terceira parte corresponde ao Capítulo II referente ao Trabalho Empírico, onde se apresentará o Âmbito e Enquadramento do Estágio, a Metodologia utilizada, a Apresentação e Análise dos resultados obtidos e a Discussão destes. Na quarta e última parte, serão apresentadas as Considerações Finais e as Limitações e Investigações Futuras.

CAPÍTULO I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A qualidade dos serviços esperados pelos cidadãos, especialmente ao nível municipal, obedece a padrões cada vez mais exigentes uma vez que estes esperam do Serviço Público a capacidade de disseminar informação de forma consistente e inclusiva, bem como de implementar mecanismos que permitam auscultar e interpretar as suas necessidades de forma regular. A crescente generalização e acessibilidade das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) criou novas oportunidades de interação com os cidadãos, e tem elevado as expectativas sobre a agilidade na interação com os Serviços Públicos. Dessa forma, o poder local e também os organismos da Administração Pública (AP) têm sido desafiados a mudar, uma vez que estes ganham consciência das oportunidades que as TIC têm para oferecer, levando à introdução de novas práticas relacionadas com o digital na Administração Pública, particularmente a nível local (Gouveia, 2004), sendo que o desenvolvimento de rotinas de interação e auscultação dos cidadãos pode envolver a criação de modelos participativos, mais ou menos formais.

Posto isto, primeiramente abordar-se-á, neste capítulo, o conceito de Administração Pública, descrevendo-se depois, a evolução, ao longo da História, do modelo de AP, e das reformas na AP em Portugal. Uma vez que o estágio decorreu na Câmara Municipal de Oliveira de Frades, apresenta-se também o conceito de Administração Pública Local.

De seguida, abordar-se-á o conceito das TIC e da Sociedade da Informação, focando-se, em especial, as potencialidades que as TIC apresentam nas mais variadas áreas, particularmente no âmbito da Administração Pública e do Governo. Dado que o tema do relatório de estágio encontra-se relacionado com os meios de comunicação *online*, ainda se abordará a produção e difusão da informação e a evolução da comunicação.

Depois, abordar-se-á o conceito do *e-government*, e de que forma é que, através deste, os governos e a AP podem reforçar as suas relações com os cidadãos. Dado ser um tema vasto, decidiu-se, de forma a dar um pequeno enquadramento ao conceito, abordar as áreas de intervenção, os tipos de interação que existem, os níveis de maturidade, as políticas de *e-government*, quer a nível Europeu, quer a nível Nacional e Local, e ainda apresentar as vantagens e as desvantagens deste conceito. Pela mesma razão apresentada no segundo parágrafo, também abordar-se-á o conceito de *local e-government* e as vantagens deste.

Posteriormente abordar-se-á a evolução do conceito de qualidade ao longo do tempo, mencionando-se também os diversos teóricos que apresentaram contributos notáveis para essa evolução. Abordar-se-á também o conceito de qualidade, o conceito de qualidade nos Serviços Públicos, o conceito de qualidade à luz das reformas da AP em Portugal e ainda o conceito de qualidade no *e-government*. Refere-se também, de forma sucinta, os vários instrumentos e modelos desenvolvidos para a avaliação da qualidade dos serviços.

Por último, abordar-se-á a temática da *Web 2.0* e das Redes Sociais, sendo que, relacionando o que é apresentado neste ponto com o que é apresentado no tópico do *e-government*, se termina a revisão da literatura com a comparação entre o *e-government* tradicional e o *e-government 2.0*.

1. Administração Pública

A Administração Pública (AP), num sentido orgânico ou subjetivo, é o conjunto de órgãos, serviços e agentes do Estado e de outras entidades públicas, que têm como objetivo a satisfação regular e contínua das necessidades coletivas de bem-estar, segurança e cultura, através da obtenção dos recursos mais adequados para o efeito e da utilização das formas mais apropriadas; num sentido material ou objetivo, é a atividade desenvolvida por esses referidos órgãos, serviços e agentes do Estado e outras entidades públicas (Amaral, 2009; Direção-Geral da Administração e do Emprego Público, 2004).

O modelo de Administração Pública, ao longo da História, tem vindo a evoluir, a fim de se poder adaptar às mais diversas circunstâncias, nomeadamente as que se encontram relacionadas com demandas económicas, sociais, políticas, culturais e/ou religiosas (M. F. De Carvalho, 2011). Por volta da segunda década do século XX, consolidou-se na AP o Modelo Tradicional, que incorporava conceitos como a burocracia de Max Weber (Dias, 2006), podendo dessa forma também este ser denominado de Modelo Burocrático de Max Weber, uma vez que foi o sociólogo alemão que estudou, analisou e sintetizou as características deste modelo, inicialmente, em 1904, no livro *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, e posteriormente, em 1922, já com as bases teóricas muito mais desenvolvidas, no livro *Economia e Sociedade* (Secchi, 2009). Para além disso, o Modelo Tradicional também se baseava na teoria da gestão científica de Frederick Taylor, no qual existia a ideia de padronização dos procedimentos e a proposta de divisão social do trabalho através da especialização das tarefas (M. T. G. Carvalho, 2006); e na separação, defendida por Woodrow Wilson, entre a política e a administração, sendo que, assim, a definição de políticas e a elaboração de objetivos competia aos políticos, e a execução destas competia à administração pública, ou seja, aos profissionais que faziam parte da instituição (M. T. G. Carvalho, 2006; J. A. O. Rocha, 2001; Secchi, 2009).

No Modelo Burocrático existia uma divisão vertical do trabalho (Araújo, 2007), estabelecida segundo uma gestão hierárquica rígida e legalmente enquadrada (Dias, 2006), em que os funcionários obedeciam de forma descendente aos seus superiores, havendo, dessa forma, pouca margem de discricionariedade, e pouco ou nenhum envolvimento dos cidadãos (Vidigal, 2013). Assim, e segundo Secchi (2009), este modelo era pautado pelas características de formalidade, impessoalidade e profissionalismo. Quanto à formalidade, os procedimentos administrativos eram todos documentados, existia uma formalização tanto dos processos de decisão como das comunicações internas e externas, e ainda das tarefas dos funcionários, a fim de se garantir a continuidade do trabalho e a standardização dos serviços prestados. Quanto à impessoalidade, as posições hierárquicas pertenciam à organização e não às pessoas que as ocupavam, evitando-se, dessa forma, a apropriação individual do poder, ainda para mais se estas deixassem a sua função e/ou a organização. Para tal, as relações entre os membros da organização, entre estes e a organização e entre estes e o ambiente externo, baseavam-se em funções e linhas de autoridade claras e distintas (Secchi, 2009). Por último, o profissionalismo encontra-se relacionado com a questão do mérito, da competência e da

qualificação como critério de seleção dos funcionários (M. T. G. Carvalho, 2006), sendo que as funções são atribuídas com base nas capacidades técnicas e no conhecimento, e a promoção de um funcionário para postos mais elevados na hierarquia dependia da experiência na função e do desempenho (Secchi, 2009).

Contudo, a partir das décadas de 80 e 90 do século XX o Modelo Tradicional começa a ser posto em causa, não só devido à crise orçamental, mas também à emergência do estado em rede e, conseqüentemente, do surgimento de uma sociedade global da informação, em que os cidadãos se tornam mais exigente e possuem expectativas mais elevadas. Deste modo, surge a necessidade de uma AP mais eficiente, mais flexível, mais transparente e mais acessível, de maneira a haver uma maior aproximação desta com os cidadãos (Dias, 2006; Madureira, 2015). Estas necessidades colidiam com o Modelo Burocrático de Weber, sendo que este era considerado lento, dispendioso e pouco ou nada orientado para as necessidades e as demandas dos cidadãos e, pelo que surge um novo modelo de AP denominado tanto de Nova Gestão Pública (NGP), como de Administração Pública Gestionária, ou ainda Managerialismo (Dias, 2006; Vidigal, 2013).

A vitória do Partido Conservador, em 1979, no Reino Unido e a eleição de Ronald Reagan, em 1981, nos Estados Unidos da América, foram marcos essenciais para a delimitação das características da NGP (Baptista, 2017; Nunes, 2015). O regime de Margaret Thatcher, que tinha como objetivo a contenção da despesa pública, levou à ascensão das ideias liberais, defensoras da livre atuação do mercado devidamente regulado e da livre iniciativa da sociedade e dos cidadãos (Baptista, 2017; M. F. De Carvalho, 2011). Para ela o Estado tinha deixado de possuir condições económicas que permitissem sustentar um Estado Providência (M. F. De Carvalho, 2011), que prevalecia desde o final da II Guerra Mundial, após ter sido necessário a adoção de políticas sociais e económicas com o intuito de reconstruir os países devastados (Baptista, 2017). O regime de Ronald Reagan também tinha como objetivo a contenção da despesa pública, conseqüente da crise petrolífera de 1973 (Baptista, 2017).

A NPG é caracterizada pela adoção, por parte da gestão pública, dos princípios e instrumentos da gestão privada, baseado no modelo de mercado e no espírito empreendedor do Gestor Público (Denhardt & Denhardt, 2000; Madureira, 2015; Nunes, 2015; Vidigal, 2013), e ainda em valores como a eficiência, a eficácia e a competitividade (Secchi, 2009). Este modelo apostava na descentralização, na flexibilização, na autonomia, nas parcerias público-privadas, na gestão por objetivos, na avaliação do desempenho com base em critérios mais objetivos, na procura da qualidade nos Serviços Públicos através da satisfação das necessidades dos clientes, e ainda na introdução das Tecnologias de Informação na AP (Madureira, 2015; Nunes, 2015).

David Osborn e Ted Gaebler, em 1992, no livro *Reinventing Government* para além de referirem que o Setor Público americano estava a incorporar algumas práticas do setor privado (Denhardt & Denhardt, 2000; Dias, 2006), também sintetizaram os princípios fundamentais que uma organização pública estritamente burocrática necessitava de adotar para se tornar uma organização pública racional e eficaz (Denhardt & Denhardt, 2000; Secchi, 2009).

Tabela 1 - Princípios fundamentais de David Osborn e Ted Gaebler

Os autores defendiam:

- Maior abertura à participação dos cidadãos na tomada de decisões e uma administração mais orientada para estes.
- Maior ação conjunta dos diferentes agentes sociais na resolução de problemas coletivos, adotando assim uma posição mais catalisadora.
- Uma administração competitiva, não só entre organizações públicas e privadas, mas também entre as próprias organizações públicas, potenciando uma melhoria da qualidade dos serviços prestados.
- Uma administração orientada por missões, deixando assim de lado as excessivas regras e normas, para focar naquela que é a sua verdadeira missão.
- Uma administração orientada para os resultados, através da adoção de uma administração por objetivos a fim de controlar, dessa forma, o impacto das suas ações.
- Uma administração empreendedora, através da ampliação da prestação de serviços.
- Uma administração preventiva, que adota planos estratégicos de modo a prevenir e/ou precaver potenciais problemas.
- Uma administração descentralizada, que envolve os seus funcionários nos processos deliberativos de forma a aproveitar o conhecimento destes.
- Uma administração orientada para o mercado, através da promoção e da participação na lógica dos mercados, quer por meio de investimentos, quer por meio de mediação na prestação de certos serviços.

Elaboração própria com base em Dias (2006) e Secchi (2009)

Esta temática também já tinha sido abordada por Christopher Hood, em 1991, no seu artigo intitulado *A Public Management for all seasons?*, sendo que neste também se encontram referidos alguns princípios que caracterizam a NPG, e que vão um pouco ao encontro dos já referidos anteriormente.

Tabela 2 - Princípios que caracterizam a Nova Gestão Pública

A NPG caracteriza-se, desse modo:
<ul style="list-style-type: none">• Pela adoção da gestão profissional por parte do Setor Público.• Pela definição de objetivos e metas a fim de ser possível a medição do desempenho e dos resultados, sendo que, dessa forma, também se dá uma maior ênfase aos resultados e não tanto aos processos.• Pela desagregação de grandes unidades do Setor Público em unidades mais pequenas e, portanto, mais fáceis de gerir.• Pela competitividade como forma de reduzir os custos e aumentar os padrões de qualidade.• Pela utilização de práticas e ferramentas da gestão privada no Setor Público.• Pela ênfase numa maior disciplina no uso dos recursos, com o intuito de averiguar as demandas do Setor Público e fazer mais com menos.

Elaboração própria com base em Hood (1991)

A preocupação com os cidadãos e com a democracia começou a ganhar cada vez mais importância nas teorias políticas e sociais, pelo que se pretendia uma maior participação e envolvimento dos cidadãos, sendo que Sandel (1996), citado por Denhardt & Denhardt (2000), indica que uma visão alternativa da cidadania democrática implicaria indivíduos muito mais ativos e envolvidos na governança, que se preocupavam mais com o interesse público do que somente com os seus interesses próprios. Para tal é necessário que estes possuam conhecimento relativamente aos assuntos públicos e um vínculo moral para com a comunidade. King & Stivers (1998), também eles citados por Denhardt & Denhardt (2000), sugerem que os Gestores Públicos devem ver os cidadãos como cidadãos e não apenas como eleitores e/ou clientes, pelo que devem procurar uma maior capacidade de resposta e um aumento de confiança por parte destes, perspectiva essa que sustenta o *New Public Service* (NPS).

Tabela 3 - Características do *New Public Service*

O NPS caracteriza-se, desse modo:
<ul style="list-style-type: none">• Pela ajuda aos cidadãos, por parte dos administradores públicos, na articulação e no conhecimento dos interesses comuns destes, em detrimento da tentativa de controlar ou orientar a sociedade em novas direções.• Pela ideia de que os administradores públicos devem contribuir para a construção coletiva de interesse público a fim de se criarem interesses e responsabilidades partilhadas em detrimento de soluções rápidas orientadas por escolhas individuais.• Pela ideia de que políticas e programas que atendam às necessidades públicas podem ser alcançadas de maneira mais eficaz e responsável através de processos colaborativos e esforços coletivos.• Pela ideia de que o interesse público resulta de valores compartilhados e não da agregação de interesses individuais, pelo que os funcionários públicos não devem responder somente às demandas dos utentes, mas focar na construção de relações de confiança e colaboração tanto com eles como também entre eles.• Pelo facto de que os funcionários públicos devem estar atentos a mais do que a necessidade do mercado, sendo que devem ter em conta a legislação, os valores da comunidade, as normas políticas, os padrões profissionais e o interesse dos cidadãos.• pela ideia de que se deve valorizar as pessoas e não apenas a produtividade, uma vez que as organizações públicas e as redes nas quais participam têm maior probabilidade de obter sucesso a longo prazo se optarem por processos de colaboração e por uma liderança compartilhada, com base no respeito por todas as pessoas.• Pela ideia de que cidadãos comprometidos em fazer contribuições significativas para a sociedade promovem melhor o interesse público, ao contrário dos gestores que agem como se o dinheiro público é deles.

Elaboração própria com base em Denhardt & Denhardt (2000)

Este modelo, com o intuito de proporcionar uma Estado mais aberto à sociedade, permitiu a abertura a novas perspetivas que possibilitam outra estruturação e funcionamento do Estado, tais como a governação partilhada, denominada de *governance* (Vidigal, 2013). Assim, existem novas formas interativas de governo, que possibilitam a participação quer dos atores privados, quer dos diferentes organismos públicos, quer dos grupos de interesse e dos cidadãos, entre outros atores, na formulação de políticas públicas (Baptista, 2017). Segundo Vidigal (2013) os novos modelos de *governance*, propostos não só pela OCDE como também por alguns autores da área das ciências da administração, podem ser viabilizados através da gestão e utilização adequada das redes sociais e da chamada *Web 2.0*.

1.1. Administração Pública Local

As Autarquias Locais são entidades públicas, dotadas de órgãos representativos próprios, que desenvolvem a sua atividade sobre uma parte definida de um território, e que têm como objetivo a prossecução dos interesses da população residente nesse território (M. F. De Carvalho, 2011; *Direitos e Deveres dos Cidadãos*; Constituição da República Portuguesa, 2005). Estas encontram-se divididas em categorias, sendo que no continente se distinguem três: Municípios, Freguesias e Regiões Administrativas; e nas regiões autónomas distinguem-se apenas em duas: Municípios e Freguesias (M. F. De Carvalho, 2011; Constituição da República Portuguesa, 2005). Estas são particularmente importantes na defesa dos limites territoriais, sendo que promovem uma gestão territorial que impulsiona tanto o desenvolvimento económico como o social e, acima de tudo, prestam serviços e bens básicos aos habitantes (M. F. De Carvalho, 2011).

1.2. As Reformas na Administração Pública em Portugal

Os dois grandes marcos essenciais à realização e orientação da reforma administrativa portuguesa, segundo a OCDE, foram a revolução de 1974 e a entrada de Portugal na Comunidade Europeia em 1986 (Madureira, 2015). Ainda que Madureira (2015) refira que não tenha havido mudança estrutural e orgânica na AP no período pós-revolucionário, Araújo (2005) afirma que com o advento da democracia e a necessidade de desenvolvimento económico surgiu o impulso de reforma, não só a nível económico como também a nível social. A entrada de Portugal na União Europeia (UE) despoletou uma maior competitividade, sendo que esta também passou a ser uma prioridade aquando da definição de políticas públicas do país, o que por sua vez exigiu o desenvolvimento de novas capacidades e competências, quer a nível da economia em geral, quer da administração em particular. Era necessário transformar uma administração fechada, introvertida e centralizada, numa administração aberta, extrovertida e orientada para os cidadãos (Madureira, 2015).

Nos finais da década de 70, o movimento de reforma que ocorreu na AP em Portugal foi confrontado com um contexto e uma situação diferente daquele que caracterizava os restantes países da OCDE, uma vez que a generalidade destes países já se encontrava a adotar medidas de reforma que reduzissem a intervenção do Estado e desmantelassem o modelo de Estado Providência, enquanto que em Portugal se começava a consolidar este mesmo modelo de Estado. Com a adoção deste modelo procurava-se desenvolver e alargar as funções do Estado, que passou a assumir funções que até então estavam ao encargo de organismos não governamentais. De salientar a criação de um sistema universal de saúde, o alargamento dos benefícios da segurança social a toda a população, o desenvolvimento do sistema educativo e a implementação de novas políticas sociais. Contudo, é necessário referir que apesar deste alargamento das funções do Estado, e mesmo as reformas administrativas fazendo parte da agenda política dos governos, até à década de 80, só houve mudanças pontuais de modernização, não existindo uma reforma nas estruturas e no funcionamento do sistema administrativo (Araújo, 2005). Destaca-se, no entanto, que esse período foi marcado

pela preocupação com a descentralização, tanto é que houve uma institucionalização do poder local que passou a dispor de órgão eleitos e de competências próprias; pela preocupação com a situação profissional, económica e social dos funcionários, sendo que houve não só mudanças no estatuto do pessoal, através da implementação de um sistema transparente de recrutamento e de um sistema de carreiras, como também através da definição de um estatuto para o pessoal dirigente, e ainda através da criação de duas estruturas de formação de pessoal, o Instituto Nacional de Administração (INA) para a formação de pessoal da Administração Central, e o Centro de Estudos e Formação Autárquica (CEFA) para a formação de pessoal da Administração Local; e pelo surgimento da Lei de Bases da Reforma Administrativa, que tinha como intuito a desburocratização, a racionalização e a simplificação (Araújo, 2005; Nolasco, 2004; Sá & Sintra, 2008). Houve ainda, especialmente no início da década de 80, a tentativa de melhorar e valorizar os serviços de atendimento e de generalizar os serviços de informação ao público (Nolasco, 2004; Sá & Sintra, 2008).

A partir de meados da década de 80, o modelo tradicional de administração foi questionado, emergindo um novo modelo, a NGP, que promovia uma nova cultura organizacional focada na eficiência da gestão pública e nas necessidades dos cidadãos/clientes/utentes, encontrando-se estes, desse modo, no centro das reformas (Araújo, 2005; Nolasco, 2004; Sá & Sintra, 2008). Surge então o Secretariado para a Modernização Administrativa (SMA), responsável pela coordenação, moderação, e implementação das reformas que iam surgindo nos diversos setores e unidades operacionais, que vem dar também um impulso às questões da qualidade (Madureira, 2015; Nolasco, 2004; Sá & Sintra, 2008). De destacar, das muitas medidas implementadas pelo SMA, as Mil Medidas de Modernização Administrativa que contemplavam melhorias nas áreas de atendimento, a simplificação de formalidades, processos e formulários e a melhoria a nível da informação aos cidadãos; e a Carta Deontológica dos Serviços Públicos (Nolasco, 2004). A reforma focava-se essencialmente na melhoria da relação entre a administração e os cidadãos, no aumento da transparência administrativa, na redução de custos das obrigações e formalidades administrativas e na melhoria a nível da formação dos funcionários. Dessa forma, e com base em quatro características fundamentais da NGP, tais como a orientação para os resultados e clientes, o esforço para mudar os valores e atitudes, a qualidade nos serviços e a procura de melhor desempenho, e a preocupação com o pragmatismo, apostou-se, numa primeira fase, na privatização e na desburocratização e, posteriormente, na qualidade dos Serviços Públicos (Araújo, 2005).

Desde os meados da década de 90 até à atualidade que tem vindo a ocorrer um alargamento do entendimento da qualidade e a introdução, de forma acelerada, das questões relacionadas com o *e-government* (Nolasco, 2004; Sá & Sintra, 2008). Algumas das iniciativas desenvolvidas com o intuito de dar uma nova ênfase à reforma, especialmente a partir de 1995, focavam-se numa relação de maior proximidade e transparência entre a administração e os cidadãos, na qualidade dos Serviços Públicos, na adoção de formas inovadoras de fornecimento de Serviços Públicos de maneira a favorecer o acesso dos cidadãos à informação

e aos Serviços Públicos, na procura de maior envolvimento e participação das organizações sem fins lucrativos na implementação das políticas públicas, e no desenvolvimento de parcerias com o denominado terceiro setor para a implementação das políticas sociais (Araújo, 2005; Madureira, 2015). De salientar a criação das Lojas do Cidadão e da implementação de um novo quadro legal, o Código do Procedimento Administrativo (Madureira, 2015), que foi aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91 de 15 de novembro, que por sua vez foi revogado pelo Decreto-Lei n.º 4/2015 de 7 de janeiro (Código Do Procedimento Administrativo | DRE, 2015; Decreto-Lei n.º 442/91, 1991). Este veio alterar a relação entre o estado e o cidadão, uma vez que se tornou legalmente obrigatório princípios como os da legalidade, da prossecução do interesse público e da proteção dos direitos e interesses dos cidadãos, da igualdade e da proporcionalidade, da justiça e da imparcialidade, da colaboração da Administração com os particulares, e da participação. Com a alteração de 2015, foram acrescentados aos princípios anteriormente mencionados, os princípios da boa administração, da responsabilidade e da administração aberta (Código Do Procedimento Administrativo | DRE, 2015; Decreto-Lei n.º 442/91, 1991; Madureira, 2015).

Em consequência da crise económica, as reformas começaram a ser orientadas por pressões de natureza económica e financeira, o que ditou uma política de cortes orçamentais, uma vez que era necessário a utilização dos recursos financeiros de forma eficiente. As reformas tiveram como objetivo a adoção de estruturas administrativas menos hierarquizadas, mais simples e flexíveis, possibilitando uma melhor clarificação das funções essenciais do Estado com base na ideia de que menos estado é um melhor estado; a introdução da gestão por objetivos, que procurava ligar os objetivos aos resultados; e a promoção de uma política de qualificação e avaliação do desempenho (Araújo, 2005). Como instrumento de gestão por objetivos foi implementado o Sistema Integrado de Avaliação de Desempenho da Administração Pública (SIADAP), que avalia de forma integrada os serviços, os dirigentes e os funcionários (Araújo, 2005; Madureira, 2015), sendo que com o novo sistema de posições remuneratórias, a progressão estava sobretudo dependente dos resultados obtidos nesta avaliação (Madureira, 2015). Com a entrada da *troika* em Portugal, em 2011, as medidas de reformas na AP passaram a resultar predominantemente das exigências feitas pelo exterior, o que se verificou nas diretivas delineadas no Memorando de Entendimento e nas políticas criadas pelo XIX Governo Constitucional (Madureira, 2015).

2. As TIC e a Sociedade da Informação na Administração Pública

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) são o conjunto de tecnologias que permitem o armazenamento, tratamento e a comunicação de informação a um nível digital, quer por via de computadores e redes de comunicação de dados, quer por via da internet, dos telemóveis e dos novos meios de comunicação (Gouveia, 2004). Estas tecnologias, desenvolvidas gradualmente desde a segunda metade da década de 1970 e, especialmente, nos anos 90 do mesmo século (Ramos, 2008), levaram ao surgimento da designada Sociedade da Informação (SI), um conceito referente a uma sociedade e a uma economia, que utiliza as TIC da melhor maneira possível, não só de forma a aproveitar as vantagens que estas apresentam, mas também de maneira a lidar com a componente da informação e do conhecimento, uma vez que estes se tornam elementos essenciais de toda a atividade humana (UMIC, 2003; Gouveia, 2004). Isto deve-se ao facto de que nesta sociedade, segundo o *Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal* (1997), a aquisição, armazenamento, processamento, valorização, transmissão, distribuição e disseminação de informação, que contribui para a formação de conhecimento e para a satisfação das necessidades dos cidadãos e das empresas, passou a desempenhar um papel central não só na atividade económica e na produção de riqueza, mas também, na definição das práticas culturais dos cidadãos e na sua qualidade de vida. Contudo, apesar das pessoas aproveitarem as vantagens das tecnologias em todos os aspetos das suas vidas, quer seja no trabalho, em casa, ou simplesmente para lazer, a verdade é que a tecnologia não é o elemento crucial, mas sim, ao permitir o formato digital, o que esta pode potenciar nas relações entre pessoas, e entre estas e as organizações. Posto isto, entende-se que a Sociedade da Informação é caracterizada não só pelo facto de que a interação entre as pessoas e entre estas e as organizações é realizada, maioritariamente, de forma digital, através da utilização das TIC (Gouveia, 2004), mas também, por conseguinte, caracterizada pela capacidade que os cidadãos, as empresas e o Estado, têm para obterem e partilharem informações e conhecimento, a partir de qualquer lugar e da forma mais adequada (UMIC, 2003).

De acordo com o *Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal* (1997), as TIC apresentam imensas potencialidades nas mais variadas áreas, uma vez que facilitam o exercício de direitos fundamentais, uma vez que podem proporcionar um acesso mais facilitado à informação e a novas formas de diálogo social, quer a nível nacional, como regional e local; melhoram as condições de participação dos cidadãos na tomada de decisões, ao possibilitarem a existência de novas dimensões à liberdade de expressão; e proporcionam novos meios/instrumentos de relacionamento direto entre as entidades públicas e os cidadãos, reforçando assim a oportunidade para a criação de condições de transparência bem como para a prestação de novos serviços. Dessa forma, é perceptível que as TIC podem permitir uma melhoria na informação e nos serviços fornecidos aos cidadãos, melhoria na relação com as empresas e com os cidadãos, e melhoria na gestão e na tomada de decisão, sendo que o resultado disso é o aumento da transparência, a redução de custos e maior comodidade, e ainda a oportunidade de renovação da governação e de modernização administrativa (Santos

& Amaral, 2002). Assim, as TIC podem contribuir para o desenvolvimento de novos paradigmas de governança, através do desenvolvimento de novas estratégias e de novas formas de incentivar um maior envolvimento e participação dos cidadãos na vida pública e no processo político, sobretudo a nível local, possibilitando, dessa forma, uma AP mais eficiente, transparente e dinâmica (Santos & Amaral, 2002; Saragoça et al., 2014).

A Resolução do Conselho de Ministros n.º 95/99 de 25 de agosto, que determina a disponibilização na internet de informação detida pela Administração Pública, veio enfatizar a ideia de que os organismos governamentais viram nas TIC a oportunidade de aproximar o Estado dos cidadãos, uma vez que este é um objetivo essencial em qualquer sociedade democrática. Dessa forma, um dos objetivos do governo com relação à Sociedade de Informação é o de promover um Estado Aberto através da multiplicação e diversificação de conteúdos na internet, permitindo um acesso facilitado dos cidadãos, das empresas e de outras instituições à informação. A disponibilização em suporte digital desta informação possui vantagens não só para a própria administração, uma vez que contribui para um aumento de eficiência e produtividade, mas também para o cidadão, dado que existe uma maior facilidade de acesso à informação quer de forma mais rápida, quer de forma mais desburocratizada, e para os agentes económicos, uma vez que o acesso rápido e fácil à informação por parte destes, é muitas vezes essencial à tomada de decisões (Resolução do Conselho de Ministros n.º 95/99).

Segundo a Resolução do Conselho de Ministros n.º 22/2001 de 27 de fevereiro, que revê a avaliação dos sites na internet de organismos integrados na administração direta e indireta do Estado, muitas são as formas das TIC contribuírem para a aproximação do Estado e dos cidadãos, sendo uma delas a disponibilização de páginas na internet. Estas ajudam a um acesso mais facilitado à informação sendo que podem chegar a um grande número de cidadãos, constituindo assim um excelente instrumento que pode levar à satisfação destes e, por conseguinte, a uma melhoria na qualidade.

2.1. Produção e difusão da informação e a evolução da comunicação

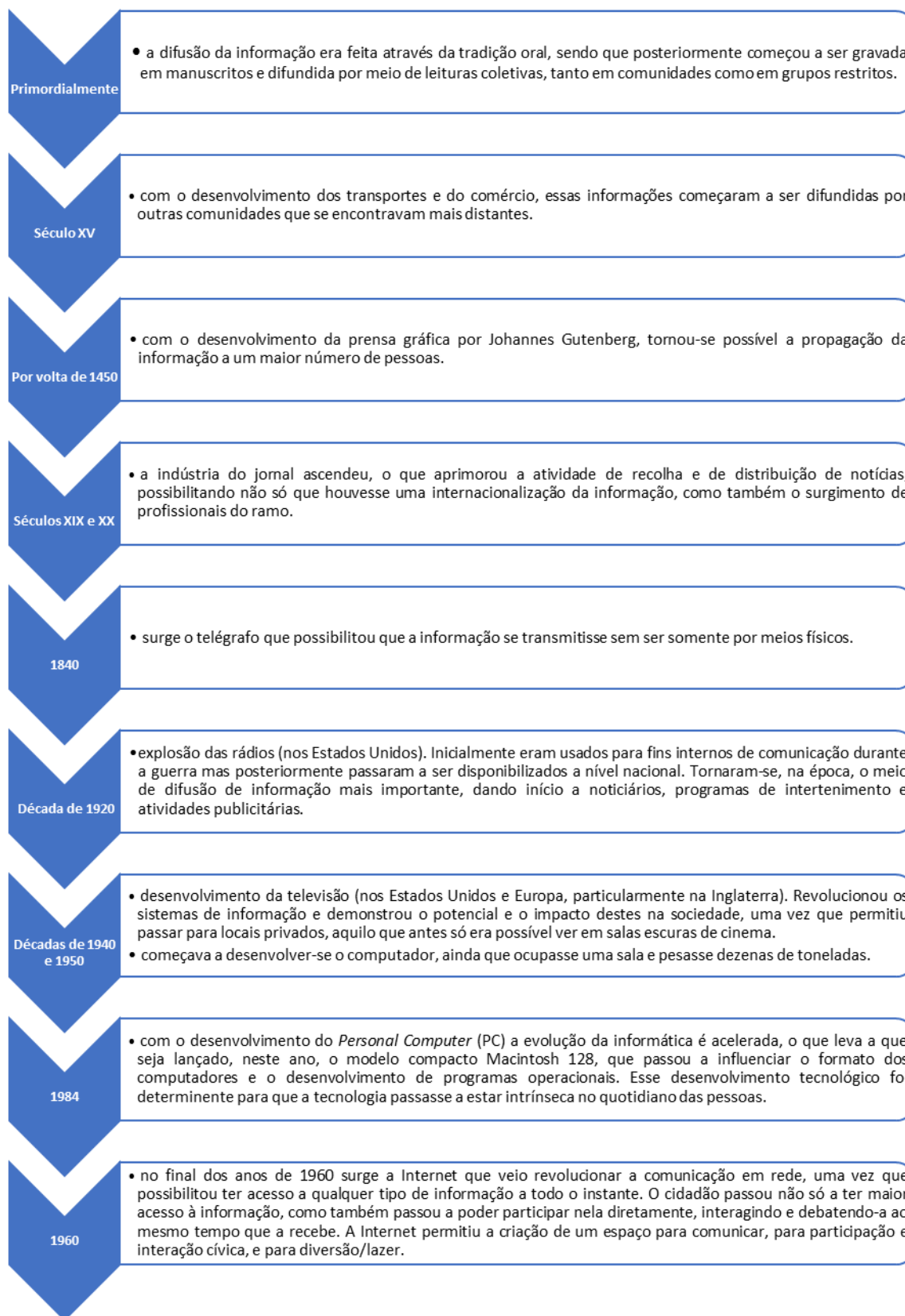


Figura 1 - Cronologia referente aos pontos mais importantes na produção e difusão da informação
Elaboração própria com base em Kohn & Moraes (2007)

De acordo com Kohn & Moraes (2007), quando se passou da atividade agrária para a industrialização, a estrutura social mudou de forma tão extensiva, que se denominou tal processo de Revolução. O mesmo se pode dizer após todas as transformações advindas do desenvolvimento tecnológico, da ascensão digital e da informação (Kohn & Moraes, 2007), tanto é que Ramos (2008) refere-se a esta revolução como Revolução Informática, Revolução Telemática ou Terceira Revolução Industrial.

O desenvolvimento tecnológico e especialmente a internet, possibilitou o surgimento de novos padrões de organização e de público, que exigem formas de comunicação pluridimensionais, uma vez que se tornou possível uma interação muito mais rápida e eficaz, dado que o emissor pode estabelecer contacto e o recetor responder imediatamente e assim sucessivamente, podendo, inclusive, haver mais do que uma pessoa envolvida nesse processo. Esta é uma qualidade que os meios de comunicação tradicionais, tais como a televisão, o rádio, os jornais e as revistas, não possibilitam, estando limitados a uma forma comunicacional unidirecional (Kohn & Moraes, 2007). Posto isto, depreende-se que o desenvolvimento tecnológico revolucionou não só o processo comunicativo da sociedade, mas também a maneira como esta se relaciona entre si e a forma como trabalham (Krohling Kunsch, 2007).

É no âmbito dessa sociedade, a Sociedade da Informação, e dessas mudanças, que as organizações operam nas mais variadas dimensões, sejam elas sociais, económicas ou políticas, e dado que estas também são parte integrante da sociedade, são também elas sujeitas às mudanças que ocorrem e às novas realidades. Isto é, não é só a sociedade que transforma as organizações a fim de estas continuarem a cumprir os seus objetivos, mas também as organizações se transformam, uma vez que estas também fazem parte da sociedade. Quer com isto dizer que, mesmo que as organizações não mudassem para conseguir corresponder à sociedade, acabavam elas mesmo por ter de alterar, uma vez que ao fazerem parte da sociedade, elas próprias, inevitavelmente, também mudam. Já para não falar que a sociedade começa a ser cada vez mais exigente, mais consciente e com uma opinião pública mais vincada, pelo que começa também a requerer das organizações responsabilidade social, atitudes transparentes e comportamentos éticos (Krohling Kunsch, 2007).

3. E-Government

De forma a corresponder às exigências da Sociedade da Informação, e uma vez que a aposta nas novas tecnologias, acompanhada por uma modernização por parte das instituições, é fundamental para impulsionar a competitividade económica e o desenvolvimento social (Mateus, 2008), surge por parte da AP, no final dos anos 80, o *e-government* (St-Amant, 2005). Este conceito pode ser traduzido como Governo Eletrónico, contudo, esta tradução pode não ser considerada a mais adequada, uma vez que a intenção do conceito é englobar mais do que o poder central, sendo que se pretende incluir também os serviços e demais órgãos da Administração Pública (Gouveia, 2004). Apesar de existir quem ignora o facto de que o Governo e a AP são entidades diferentes, a verdade é que os Governos mudam, mas a AP não (Vidigal, 2005). Dessa forma, e dado que o termo *government* é mais abrangente que o termo Governo, aproximando-se mais da designação genérica de Administração Pública (Dias, 2006), a tradução mais adequada para *e-government* parece ser a de Administração Pública Eletrónica (Gouveia, 2004; Vidigal, 2005).

Posto isto, o *e-government* pode ser entendido como a utilização das TIC, quer internamente, quer externamente, e dos serviços *web* - como os *websites* institucionais, perfis nas redes sociais, entre outro tipo de serviços - por parte do Governo e da Administração Pública, tanto a nível central, como regional, e local (A. A. Alves & Moreira, 2004; Born et al., 2019; Chun et al., 2010; Gao & Lee, 2017; Gouveia, 2004; Á. Rocha et al., 2004; Santos & Amaral, 2003).

Através das TIC, o governo pode reforçar as suas relações com os cidadãos, podendo estas serem estabelecidas em três níveis:

(1) informativo, em que os governos disponibilizam e divulgam somente informação sobre as suas iniciativas e/ou políticas, através, por exemplo, dos seus *websites* institucionais, sem que haja interação por parte dos cidadãos, sendo que, dessa forma, este tipo de relacionamento é essencialmente unidirecional;

(2) de consulta, em que os governos procuram obter *feedback* dos cidadãos relativamente à formulação de políticas, sendo que esse *feedback* pode servir de ajuda na reformulação das referidas políticas, estabelecendo-se, dessa forma, um relacionamento bilateral entre os governos e os cidadãos, ainda que de forma limitada, e;

(3) de participação ativa, em que os governos envolvem ativamente os cidadãos na definição das políticas públicas e/ou na tomada de decisões, proporcionando, dessa maneira, um relacionamento bilateral a um nível mais elevado (A. F. de Carvalho, 2012; OECD, 2001).

Dessa forma, os governos ao assegurarem a informação, a consulta e a participação ativa, podem:

(1) melhorar a política pública, uma vez que através da valorização do contributo dos cidadãos, é possível uma melhor reformulação das políticas, o que não só fortalece as relações entre os governos e os cidadãos, como, conseqüentemente, estes sentem-se também mais incentivados a envolver-se nas questões públicas. Para além disso, ao acompanhar o processo, os cidadãos também se asseguram efetivamente da implementação da política

pública e tornam-se mais informados sobre estas;

(2) criar maior confiança nos governos e;

(3) uma democracia mais forte, sendo que dão aos cidadãos a oportunidade de conhecer os objetivos do governo relativamente às políticas, de dar a sua opinião e acompanhar a tomada de decisão, tornando o governo mais transparente e mais responsável, incentivando a um papel mais ativo e a uma maior cidadania, podendo haver assim, um maior envolvimento dos cidadãos nas questões públicas (A. F. de Carvalho, 2012; OECD, 2001).

Assim, o *e-government* tem como propósito modernizar a AP, tornando-a menos burocrática e mais próxima do cidadão, ao permitir a capacitação destes por meio de um acesso melhorado à informação e aos Serviços Públicos. Dessa forma, possibilita-se uma maior eficiência e eficácia por parte dos organismos governamentais, tornando-os também mais transparentes, permitindo por sua vez uma maior responsabilização (A. A. Alves & Moreira, 2004; Maramura et al., 2017; Sá & Sintra, 2008; Santos & Amaral, 2003), e uma maior acessibilidade a todos, sendo que o serviço deve ser centrado no utilizador e inclusivo, podendo ser necessário a criação de serviços personalizados, a fim de não excluir ninguém (Gouveia, 2004). Desse modo, propicia-se um aumento da qualidade dos Serviços Públicos concedidos aos cidadãos e às empresas, ao permitir interações mais facilitadas e, portanto, melhores, entre estes, o Estado e a Administração Pública, levando a que os cidadãos e as empresas se envolvam mais nos processos de tomada de decisão, se encontrem mais satisfeitos e tenham mais confiança no governo (Maramura et al., 2017).

Gouveia (2004) refere que uma das perspetivas do *e-government* passa por considerar a separação em áreas de intervenção - muitas vezes designadas por outros nomes, mas com o mesmo sentido - destacando três grandes grupos: a e-administração (que também pode ser designada por e-gestão); o e-cidadãos e e-serviços (este último podendo ser designado também como e-comércio orientado ao governo); e o e-sociedade. St-Amant (2005) também refere três áreas principais, a e-administração, a e-democracia, e a e-sociedade, que vão ao encontro das referidas por Gouveia, contudo com um ligeira diferença na nomenclatura de uma das áreas.

Na perspetiva de St-Amant (2005), a e-administração visa melhorar todos os processos administrativos do governo quer a nível interno quer a nível externo, e encontra-se incluído nesta área o e-serviço, que visa especificamente melhorar os processos de prestação de serviços aos cidadãos e às empresas. A e-democracia, visa desenvolver e melhorar as relações com os cidadãos enquanto atores políticos; e a e-sociedade visa desenvolver e melhorar as relações com todas as partes interessadas na sociedade civil. O autor ainda refere que a definição de e-administração é equivalente à de e-negócios no setor privado, e que a de e-serviço é equivalente à de e-comércio.

Na perspetiva de Gouveia (2004), com a *e-administração* pretende-se que ocorra uma melhoria nos processos referentes ao funcionamento da Administração Pública e do poder político, enquanto que no *e-cidadãos* e no *e-serviços* espera-se que através da oferta de valor e de serviços ocorra uma interligação entre os cidadãos e as empresas. Com a *e-sociedade*

pretende-se o desenvolvimento e a construção de interações externas à Administração Pública e ao poder político, sendo que estas se encontram normalmente associadas a questões de participação pública e cidadania.

A e-sociedade é designada pelas Nações Unidas como e-participação, que a define como sendo um processo participativo, inclusivo e deliberativo de tomada de decisão por parte dos cidadãos, sendo que esta pode ser alcançada por meio do uso das TIC, através do aumento de fornecimento de informações úteis para o processo de consulta e de tomada de decisão. Consequentemente, melhora-se a capacidade individual de consulta e providencia-se apoio na tomada de decisão, uma vez que facilita a participação dos cidadãos nas interações entre o governo e o cidadão e vice-versa (Gouveia, 2004; Nations, 2003).

Por sua vez a e-participação divide-se em: e-informação, em que é fornecida informação, por meio eletrônico, relativamente a “políticas, programas, orçamentos, leis, regulamentos e outros assuntos” (Gouveia, 2004, p. 23; Nations, 2003, p. 16) relevantes para o interesse público; em e-acesso, no qual existe um conjunto de mecanismos e ferramentas de consulta eletrônica que permitem não só a participação dos cidadãos em discussões sobre os mais variados tópicos, como também a submissão voluntária de propostas e a criação de petições; e, por último, em e-decisão, no qual o poder político leva em consideração, para a tomada de decisão, a opinião resultante da participação dos cidadãos, e fornece *feedback* sobre o resultado referente às questões e/ou problemáticas abordadas (Gouveia, 2004; Nations, 2003). Posto isto, e dado o potencial da participação pública e da recolha de opiniões, quer em especificidade de assunto, quer em tempo, a e-participação destaque-se como uma das áreas de maior impacto e relevância no *e-government* (Gouveia, 2004).

Desse modo, o *e-government* permite não só melhorar e otimizar a participação dos cidadãos ao longo de todo o processo de elaboração das políticas, mas também melhora e otimiza a prestação dos Serviços Públicos, contribuindo assim para uma cidadania mais ativa e para uma maior comodidade dos cidadãos (Sá & Sintra, 2008; Saragoça et al., 2014).

As autarquias, enquanto estruturas do governo que desenvolvem a sua atividade sobre uma parte definida de um território, não devem ficar indiferentes a este conceito, uma vez que, através do uso das TIC podem melhorar a qualidade dos serviços que prestam aos munícipes e às empresas, fortalecer o processo democrático através de uma participação mais ativa por parte dos cidadãos e, portanto, mais efetiva, e ainda, garantir uma maior transparência, incentivando a prestação de contas e facilitando, dessa forma, o exercício de *accountability* (Saragoça et al., 2014).

3.1. Local e-government

O conceito de *local e-government* segue as mesmas linhas que o definido no *e-government*, com a particularidade de ser mais focado na proximidade ao cidadão, que é entendido como sendo o munícipe, dado a proximidade territorial, sendo este, portanto, o elemento diferenciador entre o conceito de *local e-government* e o de *e-government* (Gouveia, 2003; Gouveia, 2004). Para se compreender melhor este conceito é necessário entender a

existência do conceito de *e-autarquia* (autarquias digitais), que é percebida como a alteração de práticas no funcionamento de uma autarquia advindas da adoção do suporte digital, que compreende mais do que a simples utilização da internet ou a agilização e racionalização de processos, abrangendo também a medição das relações entre a entidade e o cidadão, quer na ótica de município (Município), quer na ótica de freguês (Juntas de Freguesia). E a existência das iniciativas das Cidades Digitais, que englobam mais do que a autarquia, abrangendo também demais instituições de um território, de modo a que estas partilhem informações e fomentem a aproximação entre as entidades envolvidas e os cidadãos (Gouveia, 2003; Gouveia, 2004).

3.2. Tipos de Interação no e-government

No *e-government*, segundo os relatórios *UN Global E-government Survey* (2003) e *Benchmarking e-Government in Europe and the US* (2003), existem três tipos distintos de interações: *government to government* (G2G); *government to business* (G2B) e *government to citizen* (G2C).

No *government to government* (G2G) as interações acontecem entre os vários organismos do Setor Público, tanto internamente como externamente, quer a nível nacional, regional e/ou local, havendo, assim, partilha de dados e troca de informação eletronicamente entre estes (Graafland-essers & Ettegui, 2003; UN, 2003). Gouveia (2004) refere-se a este tipo de interação como sendo de governo-a-governo, indicando que ocorre entre Governo, Administração Pública, as diversas instituições do Setor Público, a Administração Pública Local e o poder local.

No *government to business* (G2B) as interações acontecem entre o Governo e as Empresas (Graafland-essers & Ettegui, 2003), sendo que ambos têm duas formas de interação entre eles, ora como clientes, ora como fornecedores (Dias, 2006). Isto é, as empresas podem tanto ser clientes dos Serviços Públicos, sendo, portanto, a AP a fornecedora, como podem ser os fornecedores e, portanto, a AP é a cliente. Quando a AP é a cliente, a relação com os seus fornecedores realiza-se segundo uma lógica de mercado com base nos princípios da Contratação Pública (Dias, 2006), que já se faz de forma eletrónica. Posto isto, neste tipo de interações estão incluídas as transações comerciais realizadas eletronicamente aquando da compra e venda de bens e serviços (UN, 2003), sendo que, dessa forma, Gouveia (2004) refere-se a este tipo de interação como sendo de governo-a-negócio.

No *government to citizen* (G2C) as interações acontecem entre o Governo e os Cidadãos, estando incluídas nestas, as iniciativas concebidas a fim de facilitar a interação entre o Governo e/ou a AP e as pessoas, quer estes assumam a figura de consumidores de Serviços Públicos, quer na qualidade de cidadãos. Estão incluídas, desse modo, as interações referentes tanto à prestação de Serviços Públicos, como à participação do cidadão no processo de consulta e tomada de decisão (Gouveia, 2004; Graafland-essers & Ettegui, 2003; UN, 2003). Dessa forma, Gouveia (2004), refere-se a este tipo de interação como sendo de governo-a-cidadão.

3.3. Níveis de Maturidade do e-government

O *e-government* pode materializar-se na oferta de vários tipos de serviços que configuram diferentes níveis de interação e sofisticação nas funções e variedade de serviços disponibilizados. Dessa forma, a fim de se medir o nível de sofisticação *online* dos serviços prestados (Graafland-essers & Etedgui, 2003) e de modo a avaliar e identificar as melhores práticas e/ou processos que possibilitam um aumento do nível de maturidade do *e-government*, este é classificado em diferentes níveis ou estágios (Leite & Rezende, 2015). A maturidade do *e-government* avalia-se pelo grau de desenvolvimento da gestão das informações e da integração e interatividade dos serviços disponibilizados aos cidadãos, às empresas e a outros organismos públicos quer nacionais, quer internacionais (Fernandes, 2012; Santos & Amaral, 2003).

Na literatura podem ser encontrados vários modelos de maturidade de *e-government*, sendo que Leite & Rezende (2015) destacam o modelo Di Maio & Baum (2000) e o de Layne & Lee (2001). Ambos os modelos apresentam quatro níveis de evolução de *e-government*, contudo no modelo de Di Maio & Baum os níveis estabelecem-se em Informação, Interação, Transação e Transformação, enquanto que no modelo de Layne & Lee os níveis estabelecem-se em Catálogo, Transação, Integração Vertical e Integração Horizontal.



Figura 2 - Comparação entre o modelo de Di Maio & Baum e o modelo de Layne & Lee
Elaboração própria com base em Leite & Rezende (2015)

O estudo *Benchmarking E-government: A Global Perspective* (2002) apresenta um modelo composto por cinco estágios, sendo eles: Emergente, em que é estabelecida, de forma *online*, a presença oficial das entidades; Melhorado, no qual o número de entidades com presença na internet aumentam e a informação se torna mais dinâmica; Interativo, em que os utilizadores podem fazer *download* de formulários, enviar e-mails para os funcionários e/ou

interagir; Transacional, no qual os utilizadores podem pagar pelos serviços ou realizar outro tipo de transações *online*; e, por último, Contínuo, em que existe integração total dos serviços eletrónicos, eliminando as fronteiras administrativas e departamentais (Fernandes, 2012; UNDESA, 2002).

No relatório *Benchmarking e-Government in Europe and the US* (2003 p. 25) é apresentado um modelo de quatro estágios que se distinguem em: Informação, no qual é disponibilizada informação *online* sobre os Serviços Públicos; Interação, em que é possível fazer *download* de formulários; Interação bidirecional, no qual existe processamento de formulários, incluindo autenticação; e, por último, transação, em que a efetivação do serviço, a decisão e a entrega (pagamento) são realizados de forma totalmente *online*. Mateus (2008), com base na avaliação realizada pela Comissão Europeia, refere que existem cinco fases no desenvolvimento do *e-government*, sendo as primeiras quatro fases equivalentes às apresentadas no relatório anteriormente referido, com as mesmas denominações e definições, acrescentando a fase de Personalização, no qual as entidades são proativas e emitem, por exemplo, alertas e mensagens. Sá & Sintra (2008) no seu estudo que avaliava o nível de implementação do *e-government* através da análise das páginas institucionais de todos os Municípios portugueses, utilizou a escala proposta pelo programa *e-Europe* que sugere cinco níveis de maturidade, sendo que a atribuição vai do zero ao quatro, no qual o zero equivale à ausência de *website* e os restantes quatro têm designação semelhante à apresentada pelo relatório *Benchmarking e-Government in Europe and the US* (2003): informativo, interação em sentido único, interação bidirecional, e transação do serviço.

Ademais, os estágios anteriormente apresentados no relatório *Benchmarking e-Government in Europe and the US* (2003) também são abordados, de igual modo, por Santos & Amaral (2003), no entanto, estes não lhes atribuem designações específicas, a não ser ao último nível, indicando somente o que compreende cada um dos estágios. Assim, indicam que o primeiro nível corresponde à publicação *online* de informação e de esclarecimentos genéricos referentes ao organismo público, sem existir uma preocupação por parte da entidade de interagir com os cidadãos; no segundo nível, para além da disponibilização da informação e de esclarecimentos de forma geral, já existe informação específica relativamente aos serviços prestados e já é disponibilizado formulários/impressos para *download*, que possibilitam ao cidadão, de forma presencial, requerer um dado serviço; no terceiro nível já é possível o preenchimento de formulários *online*, e ter acesso a informação individualizada sobre os processos ou requerimentos em curso, sendo que, assim, existe interação nos dois sentidos; e, por último, o quarto nível, que eles denominam também de nível de transação, onde é possível o tratamento, decisão e entrega (pagamento) dos serviços prestados.

Do ponto de vista de St-Amant (2005) a evolução do *e-government* é composta por quatro fases sendo elas: Informação, no qual existe a disponibilização e/ou divulgação de informação, havendo somente uma comunicação unidirecional; Interação, em que já existe comunicação bidirecional, interativa e personalizada; Transação, no qual existe processamento de transações *online*; e Integração, tanto intraorganizacional, correspondente à integração

interna da entidade, como interorganizacional, correspondente à integração externa da entidade.

Belanger & Hiller (2006) propuseram um modelo composto por cinco estágios, sendo eles distinguidos em: Informação, que é a forma mais simples de *e-government*, no qual ocorre disseminação de informação por parte do governo, sendo que o maior desafio é garantir que esta seja precisa e oportuna; Comunicação bidirecional, em que as entidades permitem que os cidadãos comuniquem com eles de forma *online* e façam solicitações e alterações simples, através, por exemplo, de formulários de preenchimento; Transação, no qual as pessoas interagem e realizam transações com as entidades de forma completamente *online*; Integração, em que todos os serviços são integrados num único portal, sendo que os cidadãos têm acesso aos serviços independentemente da entidade ou do departamento que o presta; e, por último, Participação, no qual é possível realizar, por exemplo, votações, registos ou fazer comentários de forma *online*. Apesar deste último estágio poder ser inserido no estágio da Comunicação Bilateral, os autores consideram que este é tão significativo que justifica uma categoria em separado.

Assim sendo, e em jeito de resumo, normalmente entidades que se encontram em estágios preliminares de implementação de serviços *online*, incluem apenas serviços de teor informativo, em que é somente disponibilizada informações aos cidadãos e às empresas, sem que seja possível estabelecer uma comunicação bilateral (entre governo/AP e cidadãos/empresas). No nível seguinte os serviços já permitem uma comunicação bilateral, no qual os cidadãos e as empresas já podem indicar quais as suas necessidades e pedidos, quer por mail ou por outras formas suportadas pela internet. No terceiro nível encontram-se serviços de transação em que é possível, por exemplo, realizar pagamentos ou outro tipo de transações *online* entre os cidadãos/empresas e o governo/AP. No quarto, e normalmente último nível, os serviços oferecidos já possuem um grau de avanço elevado, em que o exemplo que se dá pode ser a possibilidade de se votar de forma online (Chen, 2002).

3.4. Vantagens e Desvantagens do e-government

É inevitável abordar o conceito do *e-government* sem que sejam apresentadas vantagens e desvantagens do mesmo, inclusive existem diversas literaturas e/ou estudos que abordam estes pontos.

De acordo com o estudo *Does e-government pay off?* (2004), o uso das TIC e particularmente a digitalização da informação possibilitou uma melhor qualidade da informação e do fornecimento da mesma, permitiu a redução de tempo, da burocracia e dos custos durante os processos necessários à realização dos Serviço Públicos, melhora o nível do serviço por meio de uma maior flexibilidade, maior transparência e serviços especializados, aumenta a eficiência e a satisfação do cidadão/cliente/utente.

Conforme St-Amant (2005), com a implementação do *e-government*, para os cidadãos, existe maior disponibilidade de informação, maior acessibilidade e qualidade dos Serviços Públicos uma vez que qualquer processo pode ser feito remotamente, sem haver necessidade

de esperar na fila, de andar de departamento em departamento ou sem restrição de tempo dado que os serviços estão disponíveis a qualquer hora todos os dias da semana. Assim, é possível economizar tempo graças à celeridade dos procedimentos, reduzir custos para os clientes/utentes e ainda fornecer serviços personalizados. Para as entidades/governo, o *e-government* possibilita uma maior produtividade, racionalização de custos, celeridade dos procedimentos e simplificação das tarefas, melhor controlo das atividades agregadas aos diversos departamentos e ainda melhoria na qualidade do trabalho através de uma maior satisfação por parte dos funcionários, conseqüente não só de uma maior satisfação por parte dos dirigentes, mas também por parte dos utentes/clientes.

Segundo Joseph (2015), através da sua referência a vários autores, a implementação do *e-government* possibilita a oferta de Serviços Públicos de forma mais eficiente e económica, através da redução dos custos de todo o processo, tanto a nível financeiro como a nível de tempo, o que pode permitir, conseqüentemente, uma melhoria na prestação dos Serviços Públicos. Permite economizar tempo, não só porque os cidadãos/empresas podem obter informação a uma velocidade mais rápida e a qualquer hora do dia, mas também porque as tarefas que demoravam mais tempo a serem realizadas manualmente podem ser executadas de forma mais célere por meio das TIC. Ajuda na simplificação dos processos e facilita o acesso aos Serviços Públicos e à informação, permitindo que haja uma melhor comunicação entre as entidades/governo e os cidadãos/empresas, sendo que estes podem interagir quando quiserem e de qualquer lugar sem haver necessidade de deslocamento até à entidade; possibilitando também que a burocracia seja reduzida e que as transações sejam mais rápidas. Garante um maior nível de transparência e capacitação dos cidadãos através do acompanhamento do desempenho das entidades/governo, dado que ao ser publicada informação na internet, especialmente relativa a políticas e legislação, possibilita que a população em geral avalie e debata as decisões tomadas, aumentando assim a confiança no governo por meio do exercício de *accountability*. Promove uma democracia mais representativa e participada através de tomadas de decisão mais transparentes, abertas e colaborativas e uma melhor relação e interação entre entidades/governo e os cidadãos/empresas.

No entanto, mesmo que este conceito tenha maioritariamente possibilitado a simplificação e a facilitação da comunicação, capacitando os cidadãos e, por conseguinte, melhorando o relacionamento dos organismos governamentais com estes, promovendo assim, um governo aberto que por sua vez promove uma cultura de transparência, de participação e colaboração; e a melhoria da qualidade dos Serviços Públicos prestados, a verdade é que a execução deste conceito apresenta desafios (Maramura et al., 2017). Primeiramente, os serviços prestados pelo Setor Público ao não terem fins lucrativos, ao contrário do setor privado, faz com que os cidadãos não sejam considerados como clientes, e, portanto, não possam escolher os serviços ou produtos que vão adquirir, nem possam mudar para outras empresas concorrentes no caso de os serviços não serem satisfatórios. Isto faz com que os sucessos e os fracassos do *e-government* não possam ser medidos em lucros e/ou perdas, o que leva a que seja difícil haver motivação para se atingir uma melhor qualidade dos serviços

oferecidos por este, já para não falar que isso leva a que também não haja *feedback* por parte dos cidadãos. Por esse motivo, deve-se apelar ao interesse mútuo dos prestadores de serviços e dos cidadãos, de forma a que os prestadores de serviços forneçam serviços de *e-government* de qualidade e os cidadãos deem *feedback* e interajam (Maramura et al., 2017).

Segundo, poderá não haver igualdade de acesso ao *e-government* e, conseqüentemente, probabilidade de exclusão de cidadãos/empresas que não têm acesso às tecnologias, quer por falta de capacidade monetária para possuir TIC ou internet, quer por falta de competência para a utilização destas, ou ainda por causa da alfabetização dos utilizadores. Terceiro, poderá haver falta de confiança na segurança oferecida pelas páginas institucionais, por exemplo, derivado do receio de *spam* ou da retenção, por parte das entidades, do histórico de transações e/ou interações realizadas. Quarto, poderá haver um falso senso de transparência e *accountability*, uma vez que a informação é tratada pelas próprias entidades pelo que não há garantia de que esta não seja moldada e/ou modificada. Por último, o facto de as infraestruturas serem dispendiosas, dado que o desenvolvimento de infraestruturas que possibilitem um sistema eficiente de *e-government* e a interoperabilidade das tecnologias, a disponibilidade e preservação permanentes, e ainda o ensino relativamente ao uso das tecnologias, constituem um investimento caro (Joseph, 2015). Leigh & Atkinson (2001), citados por St-Amant (2005), expõem também a questão da acessibilidade e da segurança como principais desvantagens na implementação do *e-government*.

3.5. Vantagens do *Local e-government*

Através do *local e-government*, e seguindo muito as vantagens apresentadas na implementação do *e-government*, torna-se possível fornecer serviços mais acessíveis, mais fáceis de utilizar e mais adaptados à comunidade local. Dessa forma é possível não só melhorar a experiência de interação com os cidadãos, como também assegurar uma maior facilidade na partilha de informação, tanto com os munícipes, como com as empresas locais, os turistas, os munícipes deslocados, as instituições exteriores ao território, e em especial, com outros órgãos de poder local e central. Para além disso possibilita também o aumento das oportunidades de discussão e participação de todos na tomada de decisões, pelo que, mais do que aumentar a oportunidade de uma maior abertura por parte do poder local, possibilita também o aumento da sua responsabilização/*accountability* (Gouveia, 2004).

3.6. Políticas de *e-government* / Iniciativas para a SI

3.6.1. Políticas de âmbito Europeu

As iniciativas referentes à Sociedade de Informação, na Europa, iniciaram-se aquando da publicação, em dezembro de 1993, do relatório da Comissão Europeia através do Livro Branco sobre “Crescimento, Competitividade, Emprego – Os Desafios e as Pistas para Entrar no Século XXI”, que possuía uma secção relativamente à Sociedade da Informação. Neste afirmava-se que a Europa sabia e possuía experiência indispensáveis para a implementação de um espaço comum da informação, sendo, no entanto, necessário um esforço coletivo a fim

de se criar um enquadramento político que permitisse colocar em prática as ações necessárias para tal (MSI, 1997).

Dessa forma, começaram-se a criar e a adotar planos que incentivassem o recurso às TIC em todas as áreas de atividade, sendo que estas eram consideradas, portanto, políticas associadas à Sociedade de Informação (Gouveia, 2004). Surge, assim, a iniciativa *eEurope*, “que faz parte da Estratégia de Lisboa para tornar a União Europeia (UE) na economia mais competitiva e dinâmica, com melhorias no emprego e na coesão social” (Mateus, 2008 p.3), por meio da promoção da cultura digital e da utilização comum da internet por parte de todos os cidadãos da UE, tanto no emprego, como na escola ou em casa, quer através de computador, de telemóvel ou de outro aparelho que o permitisse, uma vez que a internet passou a ser vista como essencial para o crescimento económico, para a criação de emprego e para a melhoria da qualidade de vida das pessoas, não apenas na Europa, mas no mundo inteiro (Gouveia, 2004).

Assim, em 2000, foi apresentado o plano de ação *eEurope 2002*, que posteriormente sofreu revisão dando lugar ao plano de ação *eEurope 2005: Uma sociedade da informação para todos*, aprovado pelo Conselho Europeu de Sevilha a 21 e 22 de junho de 2002, (UMIC, 2003; Gouveia, 2004; Mateus, 2008; Resolução Do Conselho de Ministros n.º 135/2002; Sá & Sintra, 2008), que por sua vez, foi substituído, mais tarde, pelo programa *i2010 – A European Information Society for growth and employment* (Magalhães, 2005; Mateus, 2008). O *e-government* é visto como um dos pilares do *eEurope* (Mateus, 2008; Sá & Sintra, 2008) e como um pilar fundamental para o desenvolvimento da Sociedade de Informação (UMIC, 2003).

Apesar do plano de ação *eEurope 2002* ter tido como objetivo a massificação do acesso e da utilização da internet na União Europeia, colocando, portanto, esta questão como principal preocupação da agenda política europeia, só com o plano de ação *eEurope 2005* é que se focou efetivamente na criação de medidas que possibilitassem a disponibilização, o acesso, e a utilização da internet. Com o intuito de colocar os utilizadores no centro do plano de ação e de impulsionar a criação de emprego, aumentar a produtividade, modernizar os Serviços Públicos e possibilitar que todos tivessem oportunidade de participar na Sociedade de Informação, os serviços essenciais deviam estar disponíveis através de todos os aparelhos (computadores pessoais, televisões digitais interativas, telemóveis de terceira geração e redes de cabo). Devia também ser assegurada a disponibilização e utilização generalizada das redes de banda larga, bem como garantida a segurança das redes e da informação e, ainda, devia-se apostar em quatro áreas de atuação, sendo elas a AP em linha, o ensino em linha, a saúde em linha e os negócios eletrónicos/negócios em linha (Gouveia, 2004; UMIC, 2003). O programa *i2010*, de acordo com Mateus (2008), apresentava cinco grandes prioridades com relação ao *e-government*, sendo elas:

(1) o avanço da inclusão através da AP em linha, para que todos os cidadãos beneficiassem de serviços inovadores, de confiança e de fácil acesso;

(2) tornar a eficiência e a eficácia uma realidade, com o intuito de proporcionar um elevado nível de satisfação aos utilizadores, possibilitar a transparência e a responsabilização,

e, ainda, permitir uma menor carga administrativa;

(3) os processos de Contratação Pública passariam a estar disponíveis eletronicamente e haveria a realização de acordos de cooperação para serviços em linha adicionais que apresentassem elevado impacto para os cidadãos;

(4) proporcionar aos cidadãos e às empresas acesso autenticado, seguro, prático e interoperável a Serviços Públicos em toda a Europa; e, por último;

(5) criação de ferramentas e iniciativas que visassem reforçar a participação dos cidadãos/empresas no debate público e nos processos democráticos de tomada de decisões.

3.6.2. Políticas de âmbito Nacional e Local

Portugal tem percorrido um longo percurso na promoção e aproveitamento da Sociedade de Informação. Em 1993 foi lançado um Sistema Interdepartamental de Informação ao Cidadão, denominado de INFOCID, que permitia um acesso fácil e gratuito à informação, através de um sistema global e integrado, que utilizava tecnologia multimédia e era orientado para as necessidades dos cidadãos (Gouveia, 2004; MSI, 1997). Posteriormente o INFOCID evoluiu para um portal da AP, que por sua vez, foi convertido, em 2001, no portal do Governo, e este em 2003, teve as suas funções integradas no portal do Cidadão (Gouveia, 2004).

Em 1997 foi publicado o *Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal*, que tinha como objetivo apresentar uma reflexão estratégica para a definição de um percurso para a implementação da Sociedade da Informação no país, com base numa perspetiva transversal e centrada nos diversos âmbitos da vida coletiva e da organização do Estado, e focada, especialmente, no estímulo da criatividade, da inovação, do equilíbrio social e da democratização de acesso (MSI, 1997).

A 28 de julho de 2000 foi aprovado pela Decisão da Comissão Europeia n.º C (2000) 1786, o Programa Operacional para a Sociedade da Informação (POSI), que integrava como um dos seus eixos prioritários a iniciativa Portugal Digital, que dava especial ênfase ao território (Gouveia, 2004; Ministério da Ciência e Tecnologia, 2001).

Em 2002, a Resolução Do Conselho de Ministros n.º 135/2002, de 20 de novembro, veio definir o novo enquadramento institucional da atividade do governo em matéria de SI, *e-government* e inovação, e estabeleceu a criação, sob a dependência direta do Ministro Adjunto do Primeiro Ministro, da Unidade de Missão, Inovação e Conhecimento (UMIC), posteriormente denominada de Agência para a Sociedade do Conhecimento. Esta tinha como finalidade não só a definição e promoção de estratégias, políticas e medidas de desenvolvimento para a SI e para o *e-government*, com também a coordenação da execução do Programa do Governo para esta área, bem como das políticas definidas ao nível da UE (Mateus, 2008; Resolução do Conselho de Ministros n.º 135/2002). Em 2003, foi apresentado pela UMIC, o Plano de Ação para a Sociedade da Informação, que era definido como sendo o “principal instrumento de coordenação estratégica e operacional das políticas do XV Governo Constitucional para o desenvolvimento da Sociedade de Informação” (UMIC, 2003 p. 5; Resolução Do Conselho de Ministros N.º 107/2003 p. 4794). Este plano definia um conjunto de objetivos para o

desenvolvimento da Sociedade da Informação, a que correspondiam sete pilares, desdobrados em eixos, prioridades, ações e projetos (UMIC, 2003).

1º Pilar Uma Sociedade da Informação para Todos	2º Pilar Novas Capacidades	3º Pilar Qualidade e Eficiência dos Serviços Públicos	4º Pilar Melhor Cidadania	5º Pilar Saúde ao Alcance de Todos	6º Pilar Novas Formas de Criar Valor Económico	7º Pilar Conteúdos Atractivos
Ligar tudo a todos ao menor custo, em banda larga segura; promover a coesão digital e a presença universal	Promover a cultura digital, a habilitação dos portugueses, e o conhecimento aplicado à vida dos cidadãos	Garantir serviços públicos de qualidade, apoiar a modernização da Administração Pública, racionalizar custos e promover a transparência	Melhorar a qualidade da democracia através de uma melhor participação dos cidadãos	Orientar o sistema de saúde para o cidadão, melhorando a eficiência do sistema	Aumentar a produtividade e a competitividade das empresas através dos negócios electrónicos	Promover conteúdos, aplicações e serviços com valor para a sociedade, incluindo o património cultural
<p>Eixo 1.1 Massificação do Acesso e Utilização da Internet em Banda Larga</p> <p>Eixo 1.2 Promoção da Coesão Digital</p> <p>Eixo 1.3 Presença Universal</p> <p>PROJECTOS EMBLEMÁTICOS</p> <p>Terminal de Banda Larga por Agregado Familiar</p> <p>Redes Comunitárias</p> <p>Administração Pública em Banda Larga</p> <p>Políticas Competitivas e Legislação</p> <p>Acessibilidade Universal</p> <p>Ligação Electrónica a Portugal</p> <p>Presença Universal da Cultura e Língua Portuguesas</p>	<p>Eixo 2.1 Habilitar Cedo</p> <p>Eixo 2.2 Campus Virtuais – Programa e-U</p> <p>Eixo 2.3 Aprendizagem ao Longo da Vida</p> <p>Eixo 2.4 Novas Tecnologias para a Sociedade da Informação</p> <p>PROJECTOS EMBLEMÁTICOS</p> <p>Formação em Tecnologias de Informação e Comunicação no Ensino</p> <p>Reclamações e Informação em Linha</p> <p>Um Computador por Professor</p> <p>Campus Virtuais</p> <p>Sistema Nacional de Certificação em TIC</p> <p>Portal da Formação</p>	<p>Eixo 3.1 Serviços Públicos Orientados para o Cidadão</p> <p>Eixo 3.2 Administração Pública Moderna e Eficiente</p> <p>Eixo 3.3 Nova Capacidade Tecnológica</p> <p>Eixo 3.4 Gestão Eficiente de Compras</p> <p>Eixo 3.5 Racionalização de Custos de Comunicações</p> <p>Eixo 3.6 Serviços Próximos do Cidadão</p> <p>Eixo 3.7 Adesão aos Serviços Públicos Interactivos</p> <p>PROJECTOS EMBLEMÁTICOS</p> <p>Portal do Cidadão</p> <p>Interoperabilidade na Administração Pública</p> <p>Racionalização de Custos</p> <p>Compras Electrónicas</p> <p>Portal da Administração e do Funcionário Público</p> <p>Sistema de Infra-estrutura Nacional e Único da Segurança Social</p> <p>Doc. Registo Único Automóvel</p> <p>Sist. Integ. de Reg. de Ident. Civil, Com., Predial e Notarial</p>	<p>Eixo 4.1 Participação Electrónica</p> <p>Eixo 4.2 Voto Electrónico Presencial</p> <p>Eixo 4.3 Política de Privacidade</p> <p>PROJECTOS EMBLEMÁTICOS</p> <p>Avaliação de Sítios da Administração Pública</p> <p>Política de Privacidade</p>	<p>Eixo 5.1 Rede de Informação da Saúde</p> <p>Eixo 5.2 Serviços de Saúde em Linha</p> <p>Eixo 5.3 Cartão de Utente</p> <p>PROJECTOS EMBLEMÁTICOS</p> <p>Sistema de Gestão Integrada dos Hospitais</p> <p>Cartão de Utente</p> <p>Rede de Informação Integrada</p> <p>Receita e Processo Clínico Electrónico</p> <p>Ligação Electrónica das Ambulâncias aos Hospitais</p> <p>Contact Center / Portal</p>	<p>Eixo 6.1 Enquadramento Legal propício ao Negócio Electrónico</p> <p>Eixo 6.2 Soluções Interoperáveis</p> <p>Eixo 6.3 Novas Tecnologias para a Sociedade da Informação</p> <p>Eixo 6.4 Desenvolvimento do Sector das TIC</p> <p>Eixo 6.5 Competitividade das Empresas Portuguesas</p> <p>Eixo 6.6 Teletrabalho</p> <p>Eixo 6.7 Segurança</p> <p>Eixo 6.8 Rede Europeia de Negócios Electrónicos</p> <p>PROJECTOS EMBLEMÁTICOS</p> <p>Dinamização do Comércio Electrónico nas PME</p> <p>Portal do Turismo</p> <p>Projecto "PIPE"</p> <p>Factura e Certificação Digital</p>	<p>Eixo 7.1 Conteúdos Significativos para os Cidadãos</p> <p>Eixo 7.2 Um Sector de Conteúdos Forte e Dinâmico</p> <p>Eixo 7.3 Património Cultural Democrático e Universal</p> <p>Eixo 7.4 Combate aos Conteúdos Ilegais e Nocivos</p> <p>PROJECTOS EMBLEMÁTICOS</p> <p>Portal da Cultura</p> <p>Portal do Conhecimento</p>

Figura 3 - Pilares de desenvolvimento da Sociedade de Informação
Retirado de UMIC (2003)

O programa do XVII Governo Constitucional também apostava fortemente no uso das TIC, na generalização do acesso à internet, na utilização das comunicações por via electrónica, e numa maior relação entre os cidadãos/empresas e a AP, pelo que é apresentado, em 2005, o Plano Tecnológico, que tinha como intuito a promoção e o desenvolvimento da SI, bem como melhorar a competitividade do país. Uma das prioridades deste plano era o *e-government*,

destacando-se, nesta área, o programa Ligar Portugal e o Simplex (Mateus, 2008). O programa Ligar Portugal foi lançado no final de julho de 2005 e visava:

(1) promover o aumento da utilização das TIC quer por parte das empresas, apoiando-as na sua modernização, quer por parte dos cidadãos, promovendo, assim, uma cidadania moderna, informada, consciente e ativa;

(2) garantir um mercado competitivo nacional na área das telecomunicações, através da disponibilização de serviços de alta qualidade que repercutissem as melhores práticas europeias, contudo, tendo em atenção o custo dos serviços para os cidadãos/empresas.

(3) assegurar uma AP transparente em todas as suas ações, assim com garantir uma relação simples e eficiente com os cidadãos/empresas;

(5) incentivar e/ou promover a investigação e o desenvolvimento tecnológico, quer a nível nacional, quer a nível internacional (Mateus, 2008).

O programa Simplex foi lançado em março de 2006 com o intuito de proporcionar um Estado mais moderno, capaz de oferecer um Serviço Público mais simples, flexível, rápido, menos desmaterializado e oneroso, e mais direcionado às necessidades dos cidadãos, através de uma nova cultura de Serviço Público focada na redução da burocracia, no aumento da eficiência da AP e da transparência do Estado, na facilidade de partilha de informação e recursos, e ainda, na melhoria do relacionamento com os cidadãos (Mateus, 2008).

Destacam-se ainda iniciativas como o Serviço de Segurança Social Direta, o Guia de Fatura Eletrónica, o Cartão do Cidadão, o Portal de Emprego e Formação (Net Emprego), a entrega das declarações de IRS eletronicamente e o acesso gratuito ao Diário da República, como sendo alguns dos exemplos da evolução do *e-government* no âmbito do Plano Tecnológico (Mateus, 2008).

4. Qualidade

A qualidade e as preocupações com esta sempre estiveram presentes ao longo da história da humanidade, tendo portanto acompanhado a evolução da sociedade e as várias formas de organização do trabalho (Andrade et al., 2004). Dessa forma, também o conceito de qualidade tem vindo a evoluir ao longo do tempo (Andrade et al., 2004; Lobo, 2019; Louro & Lourenço, 2012; Plancha, 2011), sendo que foi aplicado no âmbito da Administração Pública na década de 80 (Louro & Lourenço, 2012).

Em 1900 com o surgimento da manufatura o artesão deixou de ser responsável pela realização de todas as etapas inerentes ao processo produtivo, e passou a fazer parte de um sistema de produção organizado, baseado em padrões de qualidade. A função do controlo e supervisão da qualidade ficava à responsabilidade dos mestres, capatazes, encarregados ou supervisores. Esta fase é denominada de Supervisão (Andrade et al., 2004).

Em 1920 a figura dos inspetores da qualidade é fundamental para assegurar a uniformidade e a conformidade dos produtos com relação às suas especificações, realizando para tal atividades associadas à medição, comparação e verificação do produto final, a fim de identificar produtos defeituosos. Nesta altura ainda não havia a preocupação com o que efetivamente originava o produto com defeito. Esta fase é denominada de Inspeção da Qualidade (Andrade et al., 2004).

Entre 1930 e 1950 passou a haver um Controlo Estatístico da Qualidade através de atividades centradas na monitorização e análise de desvios, por meio de instrumentos e de métodos estatísticos orientados para as técnicas de amostragem, em que se selecionava, para ser inspecionado, um determinado número de produtos, escolhidos de forma aleatória, e com base neles verificava-se a qualidade do lote todo. Em termos organizacionais surgiu o Setor do Controlo da Qualidade (Andrade et al., 2004; Longo, 1996; Neto & Martins, 1998; O. J. Oliveira, 2003).

Em 1960 começou a apostar-se na Garantia da Qualidade através de atividades planeadas e sistemáticas, começando assim, a dar-se enfoque à qualidade dos processos como sendo também fundamental para alcançar a qualidade do produto (Andrade et al., 2004; Neto & Martins, 1998).

Entre 1970 e 1980 começou a haver a Gestão da Qualidade, que acrescia às atividades coincidentes com as da Garantia da Qualidade a ideia de que a esta já não dependia somente da engenharia e da estatística, mas passa a abranger também os aspetos técnicos, administrativos e organizacionais (Andrade et al., 2004).

Entre 1980 e 1990 surgiu o conceito da Gestão pela Qualidade Total (GQT) que é entendida como sendo uma filosofia de gestão, focada na qualidade global dos produtos e dos serviços, que promove uma cultura organizacional orientada para a satisfação das necessidades e expectativas de todas as partes interessadas na organização, em especial o cliente, por meio da melhoria contínua (Andrade et al., 2004; O. J. Oliveira, 2003; Sá & Sintra, 2008). Com a GQT a qualidade evoluiu de uma perspetiva essencialmente mecanicista, ligada à produção, para uma perspetiva mais sistémica, em que toda a organização é envolvida e se

torna também responsável pela qualidade dos produtos e/ou serviços (Longo, 1996; Neto & Martins, 1998; O. J. Oliveira, 2003; Sá & Sintra, 2008). É a base conceptual de muitos modelos de gestão da qualidade e tem como princípios fundamentais:

(1) a focalização no cliente, sendo que toda a organização deve estar orientada para a satisfação das necessidades destes;

(2) liderança forte e empenhada na gestão da qualidade de forma a permitir um envolvimento de todos os colaboradores, havendo uma consciencialização, assim, da importância dos contributos destes;

(3) orientação por processos, dado que os produtos finais resultam de um número complexo de processos, pelo que garantir a qualidade do produto passa por garantir a eficiência e a eficácia desses processos;

(4) medição, através da definição de um conjunto de indicadores, de maneira a medir continuamente o desempenho da organização e obter uma base comparativa para a melhoria da qualidade; e por último;

(5) a melhoria contínua, que se baseia no facto de as necessidades mudarem ao longo dos tempos, pelo que é necessário melhorar continuamente os processos e os produtos, de forma a assegurar continuamente a satisfação e a qualidade (Andrade et al., 2004).

Ao longo da evolução do conceito da qualidade, muitos foram os teóricos a apresentar contributos notáveis (Andrade et al., 2004; Plancha, 2011). W. Edward Deming, definiu a qualidade como sendo a “conformidade de um produto com as especificações técnicas que lhe foram atribuídas” (Gomes, 2004 p. 8), definição essa que pode ser considerada demasiado restrita, uma vez que se foca exclusivamente nos aspetos técnicos do produto (Gomes, 2004). Durante a II Guerra Mundial, Deming propôs a aplicação dos princípios do controlo estatístico da qualidade na produção de material de guerra, sistema esse que tinha sido desenvolvido por Walter A. Shewhart, e que permitia determinar, de forma simples, o nível de variação intrínseco a um processo produtivo (Gomes, 2004). Defendeu também a necessidade de encarar a qualidade como o resultado de um esforço de toda a organização e, portanto, responsabilidade de todos, sendo que não era suficiente envolver somente os trabalhadores da área da produção, mas a gestão de topo também devia estar envolvida e empenhada (Gomes, 2004; Plancha, 2011). Para tal, estabeleceu 14 princípios para a melhoria da qualidade (Andrade et al., 2004; Gomes, 2004), direcionados especialmente para os gestores (Gomes, 2004).



**Figura 4 - Os 14 princípios da Qualidade de Deming
Elaboração própria com base em Andrade et al. (2004) e Gomes (2004)**

Para além disso Deming considerava ainda que a satisfação das necessidades e expectativas dos consumidores era um ponto fulcral na melhoria da qualidade, pelo que as organizações deviam criar um movimento contínuo de melhorias (Andrade et al., 2004). Para avaliar a melhoria contínua apresentou o ciclo PDCA (Plan – Do – Check – Act¹), no qual, numa primeira fase, se devia estabelecer objetivos e processos, posteriormente, implementar os processos, depois monitorizar e medir os processos e produtos em comparação com os objetivos estabelecidos e apresentar resultados, e, por fim, efetuar ações para melhorar continuamente, tendo por base os resultados obtidos (Andrade et al., 2004; O. J. Oliveira, 2003).

Joseph Juran definiu qualidade como sendo a “adequação de um produto à sua utilização pretendida” (Gomes, 2004, p. 11), definição essa que já considera a perspetiva do cliente/utilizador e que permitiu, assim, analisar a qualidade como sendo a adaptação das especificações técnicas do produto e/ou serviço ao uso pretendido pelo consumidor (Gomes, 2004; Plancha, 2011). Juran apresentou no seu livro, *Quality Control Handbook*, publicado em 1951, o modelo de Custos da Qualidade, que identificava uma diversidade de custos, tanto por falhas internas, advindas por exemplo, de produtos defeituosos que, de entre muitas coisas, geram desperdícios e necessidade de correções, como por falhas externas, tais como as reclamações, devoluções, e os custos de garantia. Estes custos, segundo o autor, podiam ser diminuídos através da prevenção e do investimento em inspeções (Gomes, 2004). No seu livro *Juran on Leadership for Quality*, apresentou um modelo que distinguia a Gestão da Qualidade

¹ Tradução livre: Planear – Fazer – Controlar - Atuar

em três processos interrelacionados: o planeamento da qualidade, o controlo da qualidade e a melhoria da qualidade, sendo que o autor recomendava a criação de equipas de projeto encarregues de cada uma das fases. Para ele, a implementação de uma estratégia de qualidade efetiva passava, na fase do planeamento da qualidade, pela identificação dos clientes/consumidores e das suas necessidades, pela definição de objetivos e/ou metas, pela criação de medidas, pelo desenvolvimento de um plano da qualidade, pela disponibilização de recursos necessário à sua implementação e a sua efetiva implementação. Na fase do controlo da qualidade, pela implementação de um sistema de métricas da qualidade, pela avaliação do desempenho atual por meio de comparação com os objetivos anteriormente estabelecidos, e pela realização de ações corretivas com base na análise realizada de forma a que o desempenho atual se aproxime cada vez mais do desempenho previsto. E na fase da melhoria da qualidade, pela implementação de políticas, programas, procedimentos e infraestruturas que potenciassessem a melhoria contínua da qualidade, especialmente através da redução de desperdícios e da melhoria da satisfação não só dos clientes, como também dos funcionários (Andrade et al., 2004; Gomes, 2004).

Armand Feigenbaum foi considerado como o pai do conceito de Controlo da Qualidade Total (Andrade et al., 2004; Gomes, 2004) e pioneiro no estudo dos custos da qualidade (Andrade et al., 2004). Para ele, a qualidade é uma filosofia de gestão e um compromisso na procura da excelência, sendo, portanto, considerada como um instrumento estratégico, que vai para além da eliminação de defeitos e que deve ser orientado para o cliente (Andrade et al., 2004; Plancha, 2011), e que resulta de um esforço por parte de todos os indivíduos que pertencem à organização e não apenas de um grupo de projeto (Gomes, 2004).

Philip B. Crosby definiu a qualidade, à semelhança de Deming, como sendo a “conformidade do produto com as suas especificações técnicas” (Gomes, 2004, p. 13), em função da organização e consoante as necessidades e exigências dos clientes (Andrade et al., 2004). Introduziu o conceito de zero defeitos ou produção sem defeito, e a ideia de que a qualidade é gratuita e compensa sempre o investimento, mas para tal é necessário a garantia de que o processo/procedimento vai ser bem feito logo à primeira (Andrade et al., 2004; Gomes, 2004). De acordo com Gomes (2004), Crosby referiu no seu livro *Quality is Free*, que produzir bem à primeira se encontrava dependente essencialmente da gestão de recursos humanos da organização, da criação de uma consciência coletiva relativamente à questão da qualidade, da motivação dos colaboradores para que estes produzam com qualidade e o seu esforço seja reconhecido.

Kaoru Ishikawa definiu a gestão da qualidade como sendo “o desenvolvimento, produção e serviço de um produto, da forma mais económica, útil e satisfatória para o consumidor” (Gomes, 2004, p. 14), pelo que se nota que este tentou incorporar, à semelhança de Juran, os requisitos do consumidor (Gomes, 2004). Ishikawa contribuiu para o desenvolvimento de métodos de apoio à resolução de problemas, desde o processo de produção até à tomada de decisão por parte da gestão de topo, e para a criação de sete instrumentos/ferramentas de controlo da qualidade, tais como o Diagrama de Causa-Efeito, a

Análise de Pareto, os Histogramas, os Diagramas de Escada, as Folhas de Controlo, os Gráficos de Controlo e os Fluxos de Controlo. Também lhe é atribuído o conceito dos Círculos de Qualidade, que se baseavam na formação de pequenos grupos de trabalhadores voluntários, da mesma área de atividade, que se reuniam periodicamente com o intuito de discutir e identificar problemas, analisar as causas desses problemas e propor soluções para resolver esses problemas, relacionados com a qualidade, utilizando para tal instrumentos/ferramentas simples tais como gráficos, estudos de caso, *brainstorming*, sendo que os membros recebiam formação nestes métodos de trabalho (Andrade et al., 2004; Gomes, 2004).

Genichi Taguchi trabalhou, essencialmente, o conceito de custos da não qualidade e o que isso implicava para a sociedade, não só do ponto de vista organizacional, através dos custos com a repetição do trabalho, os desperdícios e o envio para o mercado de um produto com defeito, por exemplo, mas também do ponto de vista de quem adquire o produto (Andrade et al., 2004; Gomes, 2004). Para além disso, Taguchi acrescenta ao conceito da qualidade uma dimensão de consistência, defendendo que era preferível ter um produto com um desempenho médio que não fosse ao encontro das especificações definidas, mas que fosse consistente, do que um produto com um desempenho médio que fosse ao encontro das especificações definidas, mas que fosse pouco consistente. Isto porque Taguchi considerava que é mais fácil corrigir o desvio no desempenho do que a falta de consistência (Gomes, 2004).

Andrade et al., (2004) e Plancha (2011) ainda referiram autores como Shigeo Shingo, que desenvolveu uma estratégia para a melhoria contínua através do envolvimento criativo de todos os trabalhadores e um teste denominado de Poka-Yoke que visava identificar os erros antes de estes se tornarem defeitos; e Tom Peter que introduziu o conceito de Excelência juntamente com Waterman no livro *In search of Excellence*, desenvolveu o modelo dos sete S's: *Style, Structure, Staff, Systems, Strategy, Shared Values, Skills*², e no seu segundo livro *A passion for Excellence* referiu que a liderança era um ponto fulcral na melhoria da qualidade.

Ao longo dos anos também foram desenvolvidos, a fim de se avaliar a qualidade dos serviços, vários instrumentos e modelos reconhecidos internacionalmente, tais como o modelo SERVQUAL, o *Balanced Score Card*, o método Seis Sigma, o modelo de Excelência da EFQM (*European Foundation for Quality Management*), e mais recentemente o modelo CAF (*Common Assessment Framework*) que é aplicado ao Setor Público (Andrade et al., 2004; Louro & Lourenço, 2012).

Existem ainda as normas ISO (*International Organisation for Standardization*) uma referência normativa a nível internacional, que através da definição de um conjunto de requisitos, orienta as organizações na implementação de Sistemas de Gestão da Qualidade (Andrade et al., 2004), e se forem bem aplicadas, mais do que uma referência para obter a certificação, podem ser uma ferramenta de melhoria de desempenho da organização (Sá & Sintra, 2008). De acordo com Andrade et al., (2004), a utilização destas normas contribui para:

- (1) a obtenção da conformidade com as necessidades e/ou exigências do cliente e a

² Tradução livre: Estilo, Estrutura, Pessoal, Sistema, Estratégia, Valores Partilhados, Competências.

melhoria da qualidade;

- (2) proporcionar a formação adequada;
- (3) assegurar a padronização e o acompanhamento de todo o processo;
- (4) possibilitar a obtenção de resultados, e, por fim;
- (5) avaliar a eficácia e adequação do Sistema de Gestão da Qualidade.

Para além disso, as normas ISO propõem avaliações periódicas ao Sistema de Gestão da Qualidade através:

- (1) da avaliação dos processos, a fim de determinar a eficácia dos mesmos com relação à obtenção dos resultados pretendidos;
- (2) de auditorias, com o intuito de verificar se os requisitos do sistema estão a ser cumpridos e identificar potenciais melhorias;
- (3) de autoavaliações que possibilitem analisar o desempenho da organização e o grau de maturidade do sistema, e, por último;
- (4) através de revisões que visam determinar a adequação, eficácia e eficiência do sistema com base na política e nos objetivos da qualidade previamente estipulados (Andrade et al., 2004).

Segundo Sá & Sintra (2008), a certificação das Autarquias Locais teve início em 2003.

4.1. Conceito de Qualidade e Conceito de Qualidade nos Serviços Públicos

O conceito de qualidade, apesar de existirem diversas definições nas mais variadas literaturas, pode ser entendido, de forma geral, como um produto ou serviço que atende perfeitamente às necessidades do cliente, sendo, portanto, aqueles que são percebidos por estes como sendo capazes de lhes proporcionar satisfação (A. C. Alves, 2017). Tanto a definição apresentada pela Associação Portuguesa para a Qualidade, como a apresentada pela Norma ISO 8402:1997, vêm corroborar a definição anteriormente apresentada, sendo que a primeira indica que a qualidade “é a totalidade das características de um produto ou serviço que determinam a sua aptidão para satisfazer uma dada necessidade” e a segunda refere que são “produtos e serviços capazes de satisfazer as necessidades e expectativas dos clientes” (Plancha, 2011, p. 4). Consoante as necessidades, expectativas e experiências de cada um, a qualidade, relativamente ao mesmo serviço e/ou produto, pode ser definida/entendida de forma distinta (Plancha, 2011), o que faz com que a perceção do cliente seja o ponto fulcral para a qualidade (A. C. Alves, 2017).

O Artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 166-A/99 de 13 de maio, que instituiu o Sistema de Qualidade em Serviços Públicos, define o conceito de qualidade nos Serviços Públicos como sendo “uma filosofia de gestão que permite alcançar uma maior eficácia e eficiência dos serviços, a desburocratização e simplificação de processos e procedimentos e a satisfação das necessidades explícitas e implícitas dos cidadãos”. Sá & Sintra (2008) através da referência a Beltrami, distinguem três fases na evolução do entendimento da Qualidade nos Serviços Públicos, sendo que, inicialmente, era entendida como o respeito pelas normas e

procedimentos, posteriormente, era entendida como o cumprimento de objetivos, e por último, era entendida como a satisfação dos clientes.

Determinar e/ou avaliar a qualidade num bem intangível, como é o caso dos serviços, é um processo complexo e difícil em consequência das características que lhe são intrínsecas, dado que o resultado do processo não se traduz meramente num bem físico e exige muitas vezes a participação do cliente, o que confere aos serviços um carácter de heterogeneidade (Gomes, 2004). Enquanto que a qualidade dos produtos/bens físicos pode ser medida por meio de indicadores precisos, tal como o número de defeitos, a qualidade em serviços é avaliada com base nas experiências/perceções do cliente, aquando da prestação do mesmo (A. C. Alves, 2017). Assim, para que se consiga avaliar a qualidade do serviço é necessário ter em conta as diferenças percebidas pelos consumidores, com base na comparação entre o serviço que eles esperavam obter e o serviço que efetivamente receberam, sendo que o cliente fica insatisfeito quando a sua expectativa é superior à perceção do serviço que recebeu, e fica satisfeito quando o serviço supera as suas expectativas (A. C. Alves, 2017; Gomes, 2004).

4.2. Conceito de Qualidade à luz das Reformas da AP em Portugal

De acordo com Nolasco (2004), apesar de ter havido preocupações ao nível da reforma administrativa, entre o período de 1974 e 1985, a qualidade não constituía especificamente um vetor estratégico dessa reforma em nenhum dos programas do governo. Nesse período, refere a autora, a qualidade encontrava-se, de certa forma, relacionada com a simplificação administrativa, a desburocratização e a disponibilização de informação ao cidadão, e que era alcançada através de ações ao nível dos processos, da melhoria das relações com os cidadãos e da transparência dos serviços.

Só no Programa do XII Governo Constitucional é que a qualidade aparece, pela primeira vez, como sendo uma aposta no âmbito das reformas estruturais. Esta era entendida como a “prestação de serviço eficaz, atendimento humanizado, satisfação atempada e célere das solicitações dos utentes”, e a sua medição fazia-se pela “inexistência de erros, omissões, defeitos, reclamações, atrasos e incompreensões” (Nolasco, 2004, p. 37; Sá & Sintra, 2008, p. 64). Destaca-se a publicação, em 1993, da Carta da Qualidade dos Serviços Públicos (Nolasco, 2004; Sá & Sintra, 2008), que colocou o cidadão no centro das preocupações dos serviços, a ponto de este assumir o estatuto de cliente; e a criação do Programa da Qualidade, que tinha a transparência, a simplificação e a participação como objetivos fundamentais (Sá & Sintra, 2008).

Após 1995, para além das preocupações com a qualidade, surgiram as questões relacionadas com o *e-government* (Nolasco, 2004; Sá & Sintra, 2008). O conceito da qualidade sofreu alterações, deixando de ser visto simplesmente na relação entre a administração e os cidadãos/empresas e passou a abranger também as restantes partes interessadas, tais como os funcionários, gestores, fornecedores e sociedade em geral, alinhando-se assim mais às tendências europeias, em especial, com o conceito de qualidade apresentado pela *European Foundation for Quality Management* (EFQM) (Nolasco, 2004). O Sistema de Qualidade em

Serviços foi instituído, em 1999, pelo Decreto Lei n.º 166-A/99, no entanto, por não terem sido concluídas todas as atividades necessárias ao desenvolvimento do referido sistema, o diploma não passou da previsão jurídica. Este sistema tinha como objetivos inculir uma nova cultura de gestão na AP que permitisse alcançar uma maior eficiência e eficácia nos serviços, e a desburocratização e simplificação dos processos e procedimentos, incentivando assim a melhoria da qualidade dos serviços prestados e uma maior satisfação das necessidades e exigências dos cidadãos, e ainda conferia uma certificação de qualidade aos serviços que cumprissem os critérios estabelecidos, sendo estes os mesmos que se encontravam estipulados no modelo EFQM (Nolasco, 2004; Sá & Sintra, 2008). A Direção Geral da Administração Pública tem vindo a desenvolver um conjunto de iniciativas relativamente à promoção da inovação e da qualidade (Nolasco, 2004), destacando-se, em particular, a promoção da utilização da CAF (Nolasco, 2004; Sá & Sintra, 2008).

4.3. Qualidade no *e-government*

A qualidade do *e-government*, da perspetiva do utilizador, pode ser entendida como a capacidade dos Serviços Públicos *online* fornecidos pelas entidades de atenderem às necessidades e exigências dos utilizadores, quer através de uma procura fácil, eficiente e eficaz de informação, quer através da realização de transações *online*, ou ainda de uma boa comunicação entre entidades e cidadãos/empresas (Li & Shang, 2020).

Muitas são as dimensões apresentadas por diversos autores para avaliar a qualidade do *e-government*. Glassey & Glassey (2005) no seu estudo que analisava, entre 2002 e 2003, os *websites* oficiais dos Cantões Suíços de Língua Francesa, apresentam como dimensões para análise:

Tabela 4 - Dimensões utilizadas por Glassey & Glassey para avaliar a qualidade do *e-government*

Conetividade	Possibilidade de encontrar meios que permitam comunicar diretamente com a AP
Atualidade	Analisada através de elementos que mostrem a relevância temporal das informações e/ou dos serviços fornecidos, ou que permitam aceder às informações atualizadas
Navegabilidade	Facilidade em encontrar ajuda e/ou suporte, ou em encontrar ferramentas de navegação/pesquisa
Acessibilidade	Garantia de que o serviço é acessível para todos
Transparência	Possibilidade não só de encontrar elementos que ajudem a compreender os serviços administrativos, mas que também possibilitem dar opinião sobre os mesmos
Interatividade	Possibilidade de encontrar elementos que permitam aos utilizadores a realização de procedimentos administrativos

Elaboração própria com base em Glassey & Glassey (2005)

Barnes & Vidgen (2004) no seu estudo que avaliava o *UK Inland Revenue* apresentam como dimensões para análise:

Tabela 5 - Dimensões utilizadas por Barnes & Vidgen para avaliar a qualidade do *e-government*

Qualidade da Informação	Se o conteúdo é preciso, relevante, fácil de entender e adequado às necessidades dos cidadãos
Interação e Qualidade do Serviço	Estando incorporado nesta dimensão subcategorias como a confiança e empatia, a reputação, a segurança, a personalização e comunicação com a entidade
Usabilidade	Que compreende a perceção do utilizador relativamente à facilidade de uso e navegação e ainda à adequação do <i>design</i> /aparência

Elaboração própria com base em Barnes & Vidgen (2004)

Sukasame (2004) no seu estudo que visava identificar os fatores que afetavam o fornecimento de e-serviços no *website* do governo Tailandês apresentou como dimensões para análise:

Tabela 6 - Dimensões utilizadas por Sukasame para avaliar a qualidade do *e-government*

Conteúdo	Se as informações são concisas, úteis e atuais, e também a forma como elas são apresentadas; e ainda analisa as funções disponibilizadas
Linkage	Relacionado com a quantidade e a qualidade de outros <i>links</i> inseridos no <i>website</i>
Confiança	Associada ao funcionamento técnico do <i>website</i> e à capacidade de executar o serviço prometido com precisão e consistência. Inclui, por exemplo, a frequência de atualizações do <i>website</i> , o tempo de resposta às perguntas dos cidadãos, a precisão e rapidez na entrega do serviço e a faturação <i>online</i>
Facilidade de Utilização	Relacionado com a navegabilidade do <i>website</i> , isto é, se está bem organizado, bem estruturado e é de fácil orientação, e se os conteúdos são concisos e compreensíveis
Self-service	Capacidade que os cidadãos têm para executarem os serviços <i>online</i> por eles próprios, de forma rápida e convenientemente

Elaboração própria com base em Sukasame (2004)

Omar et al., (2011) no seu artigo que avaliava, da perspetiva do cidadão, o papel da qualidade dos serviços de *e-government* na criação de valor público, utilizaram como dimensões para avaliação:

Tabela 7 - Dimensões utilizadas por Omar et al., para avaliar a qualidade do *e-government*

Qualidade da Informação	À semelhança de Barnes & Vidgen analisa se a informação é compreensível, personalizada, relevante, segura e completa
Qualidade do Sistema	Referente à adaptabilidade, disponibilidade, confiança, tempo de resposta e usabilidade

Qualidade do Serviço	Relativa à garantia, empatia e capacidade de resposta
-----------------------------	---

Elaboração própria com base em Omar et al., (2011)

Qutaishat (2012) no seu estudo que tinha como intuito investigar as percepções dos utilizadores com relação à qualidade do *website*, e avaliar o efeito dessa percepção na intenção de usar novamente os serviços de *e-government* na Jordânia, também apresentou a qualidade da informação, a qualidade do sistema e a qualidade do serviço como dimensões para avaliação, contudo, avalia, em cada um deles, alguns aspetos diferentes dos avaliados por Omar et al., (2011).

Tabela 8 - Dimensões utilizadas por Qutaishat para avaliar a qualidade do *e-government*

Qualidade da Informação	Avalia a segurança e a informação
Qualidade do Sistema	Avalia o <i>design</i> (que inclui usabilidade, confiança, acesso conveniente e facilidade de utilização) e a interatividade
Qualidade do Serviço	Avalia a empatia, a confiança e a capacidade de resposta

Elaboração própria com base em Qutaishat (2012)

Li & Shang (2020), com base nos autores anteriormente referidos, apresentam oito dimensões para avaliação da qualidade do *e-government*, sendo elas:

Tabela 9 - Dimensões utilizadas por Li & Shang para avaliar a qualidade do *e-government*

Qualidade do Sistema	Referente aos atributos físicos do <i>website</i> , tais como a usabilidade, o <i>design</i> e a navegabilidade
Confiança	De que o serviço funciona normalmente e de forma constante
Segurança	De que o <i>website</i> está preparado para ataques e intrusões não autorizadas
Acessibilidade	Se o <i>website</i> é acessível a todos, independentemente da existência de alguma limitação física, ou no caso dos cidadãos não possuírem elevadas capacidades de conhecimento relativamente à utilização das TIC
Qualidade da Informação	Se esta é facultada no tempo certo, se é precisa, compreensível, concisa e relevante, tendo em atenção as necessidades dos cidadãos/empresas
Capacidade do Serviço	De satisfazer as necessidades dos cidadãos
Interatividade	Capacidade de envolver os cidadãos nos assuntos públicos, de promover o interesse público através dos diversos meios disponíveis e de criar oportunidades de comunicação entre o governo e os cidadãos
Capacidade de Resposta	Quanto a sugestões, opiniões e demandas

Elaboração própria com base em Li & Shang (2020)

O estudo *Presença na Internet das Câmaras Municipais Portuguesas* (2019), realizado, de 2 em 2 anos, pelo GÁVEA – Observatório da Sociedade da Informação, da Universidade do Minho, que conta também com a participação da Unidade Operacional de Governação Eletrónica da Universidade das Nações Unidas (UNU-EGOV) e da Agência para a Modernização Administrativa (AMA), tem como objetivo avaliar os *websites* das 308 Câmaras Municipais portuguesas. Apresenta uma grelha composta por 31 indicadores divididos em 4 critérios:

1. Conteúdos: Tipo e Atualização (7 indicadores);
2. Acessibilidade, Navegabilidade e Facilidade de Utilização (13 indicadores);
3. Serviços Online (3 indicadores);
4. Participação (8 indicadores) (Soares et al., 2019).

A avaliação permite não só a criação de um *ranking* global, mas também de análises segmentadas por dimensões da Câmara, por grandes zonas (Ilhas-Litoral-Interior), por regiões NUT's II e por Distrito. Dessa forma, o estudo permite aferir o grau de maturidade e sofisticação em que cada Câmara Municipal se encontra e conseqüentemente, apresentar um retrato da situação no país, com o intuito de melhorar o modo como os governos locais investem tempo e recursos numa das ferramentas mais comuns e visíveis para os seus cidadãos, como é o caso dos *websites* (Soares et al., 2019).

5. Web 2.0 e as Redes Sociais

O surgimento da internet e, conseqüentemente da *Web 2.0*, levaram a que as relações sociais adquirissem novas dinâmicas, advindas de uma nova geração de aplicações e ferramentas *web* que possibilitaram que a interação e comunicação entre os indivíduos se realizasse em tempo real e a uma escala global (Cardoso & Gouveia, 2013).

Web 2.0 e *Social Media* são termos abrangentes que incluem as diversas atividades que compreendem tecnologia, criação de conteúdo e interação social (Bryer & Zavattaro, 2011). Particularmente, as *Social Media* são definidas como sendo um grupo de aplicações e/ou ferramentas baseadas na internet que permitem a criação, disseminação e troca de conteúdos, entre utilizadores, em redes e comunidades virtuais (Chun et al., 2010; Criado & Rojas-Martín, 2013; Padullés et al., 2015), e enquadram-se na classe de tecnologias classificadas como *Web 2.0* (Bryer & Zavattaro, 2011; Chun et al., 2010). Estas ferramentas, tais como *blogs*, *podcasts*, Redes Sociais (Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest) (Bryer & Zavattaro, 2011; Chun et al., 2010; Criado & Rojas-Martín, 2013; Padullés et al., 2015), podem ser utilizadas para fins sociais e interativos, o que as difere das ferramentas puramente assíncronas, características da *Web 1.0*, e que deram início à primeira onda de *e-government* (Bryer & Zavattaro, 2011; Padullés et al., 2015). Desse modo, a denominação *Web 1.0* utiliza-se para referir qualquer coisa na *web* destinada a ser lida e partilhada de forma unidirecional, sendo que o principal criador e difusor do conteúdo é a organização, enquanto que as pessoas são consideradas meros consumidores de informação (Bryer & Zavattaro, 2011; Chun et al., 2010), pelo que as iniciativas de *e-government* baseadas nestas são limitadas ao fornecimento

de informação, potencial comunicação bidirecional através de e-mail, e certas transações comerciais como, por exemplo, o pagamento de contas ou multas (Bryer & Zavattaro, 2011).

As Redes Sociais são parte integrante do dia-a-dia de cada vez mais pessoas e transformaram-se num novo canal de comunicação, uma vez que permitiram que o utilizador deixasse de ser somente um espectador e consumidor passivo de informação, e passasse a ser um colaborador ativo que gera, publica, partilha e difunde conteúdo e interage com os restante utilizadores, quase em tempo real (Cardoso & Gouveia, 2013; Padullés et al., 2015). Dessa forma, através das Redes Sociais os utilizadores beneficiam de ferramentas que possibilitam uma fácil comunicação, o que permite aos seus membros desenvolverem as suas relações sociais e estabelecerem ou manterem contacto com outras pessoas, possibilitando, conseqüentemente, um maior aprofundamento dos laços sociais e/ou de relação entre pessoas. Estas também podem ser orientadas para o contexto de trabalho, como o LinkedIn por exemplo, possibilitando assim não só novas oportunidades a nível pessoal e educativo, como também profissional (Miranda et al., 2011). Esses novos meios de comunicação estabeleceram um novo espaço público, no qual a opinião pública se forma e se difunde, e onde a dinâmica de ação coletiva se expande (Padullés et al., 2015).

5.1. *E-government* Tradicional vs *E-government 2.0*

Como resultado da adoção, uso e difusão de ferramentas de *social media* no Setor Público, alguns autores sugerem a ideia de transição do *e-government* tradicional para o *e-government 2.0*.



Figura 5 - Comparação entre *e-government* tradicional e *e-government 2.0*
Elaboração própria com base em Chun et al., (2010)

O *e-government* tradicional ou *e-government 1.0*, do ponto de vista de Chun et al., (2010), corresponde aos três primeiros estágios de evolução do *e-government*, lembrando que o primeiro, de forma geral, é referente à disponibilização de informação em *websites*; o segundo referente à interação simples, entre a entidade e os cidadãos/empresas, via e-mail e/ou formulários interativos; e o terceiro referente ao fornecimento de serviços *online* que

possibilitam transações, como por exemplo, renovação de licenças e pagamentos de impostos. Este tipo de *e-government*, apesar de representar um processo de modernização do Setor Público e possibilitar um acesso rápido e conveniente, 24h por dia 7 dias por semana, a informações e serviços, só proporciona uma comunicação unidirecional, de entidade para o cidadão/empresa, o que leva a que o *feedback*, por parte destes, seja muito limitado. O quarto estágio corresponde à promoção de uma governação partilhada (*governance*), entre governo e cidadãos/empresas, de forma a transformar a maneira como este opera (Chun et al., 2010), sendo que esta transformação se torna possível com a *Web 2.0* e as ferramentas de *Social Media* (Bryer & Zavattaro, 2011), que servem, assim, de base para o *e-government 2.0*. Através destas ferramentas o governo torna-se num governo participativo, que envolve os cidadãos, funcionários e outras partes interessadas como colaboradores na criação e partilha de informações e/ou conteúdos, na recolha de dados, na melhoria dos serviços, na elaboração de políticas e na tomada de decisão colaborativa, o que torna o governo mais transparente, responsável e confiável (Chun et al., 2010).

Posto isto, é possível depreender que a análise destas diferentes estratégias e ferramentas no âmbito da Administração Pública é deveras importante pois possibilita novas formas de governar e de fornecer serviços, e que a partilha de informações entre a AP e os cidadãos e as formas de participação se transformem, e conseqüentemente transformem também a maneira como a esfera pública opera, uma vez que os *Social Media* potenciam a transformação do processo de interação entre governo, AP, instituições, empresas e cidadãos. Isto deve-se ao facto de estes instrumentos permitirem a melhoria da transparência administrativa dado que os cidadãos/empresas têm oportunidade não só de colaborar na definição de políticas, como também de dar opiniões e/ou sugestões e assim aprimorar os conteúdos e os serviços disponibilizados. Este tipo de participação incentiva a que as pessoas se envolvam cada vez mais nos assuntos de interesse público, permitindo assim, também, aumento de eficácia por parte das entidades e melhoria da qualidade das decisões tomadas (Criado & Rojas-Martín, 2013).

Termina-se desta forma o Capítulo I, referente ao Enquadramento Teórico, baseado numa revisão da literatura, que tinha como intuito aliar conceitos importantes relativamente à temática em estudo com referências que discutiam o papel das novas tecnologias e dos novos meios de comunicação *online* na relação com os cidadãos. Através destas ficou-se a saber, essencialmente, que cada vez mais existe uma maior preocupação com a participação e com o envolvimento dos cidadãos nos assuntos de interesse público.

De maneira a proporcionar um Estado mais aberto à sociedade, e de forma a que esta participe mais, surgem novos modelos de Administração Pública que permitem a abertura a novas perspetivas que possibilitam outra estruturação e funcionamento do Estado, sendo um exemplo disso a governação partilhada, denominada de *governance*. Estes novos modelos de *governance* podem ser viabilizados através da gestão e utilização adequada das Redes Sociais e da chamada *Web 2.0* (Vidigal, 2013). Estes dois termos abrangentes incluem as diversas atividades que compreendem tecnologia, criação de conteúdo e interação social (Bryer & Zavattaro, 2011), sendo que se transformaram em novos canais de comunicação onde o utilizador deixa de ser somente um espectador e consumidor passivo de informação, e passa a ser um colaborador ativo que gera, publica, partilha e difunde conteúdo e interage com os restantes utilizadores, quase em tempo real (Cardoso & Gouveia, 2013; Padullés et al., 2015). Dessa forma, estes novos meios de comunicação estabeleceram um novo espaço público, no qual a opinião pública se forma e se difunde e a dinâmica de ação coletiva se expande (Padullés et al., 2015).

Assim, e de forma a corresponder a esta nova realidade, surgiu o *e-government*, que pode ser entendido como a utilização das TIC, quer internamente, quer externamente, e dos serviços *web* – como os *websites* institucionais, perfis nas Redes Sociais, entre outros tipos de serviço – por parte do Governo e da Administração Pública, tanto a nível central, regional e local (A. A. Alves & Moreira, 2004; Born et al., 2019; Chun et al., 2010; Gao & Lee, 2017; Gouveia, 2004; Á. Rocha et al., 2004; Santos & Amaral, 2003).

Alguns autores sugerem a ideia de transição, como resultado da adoção, uso e difusão de ferramentas de *Social Media* no Setor Público, de *e-government* tradicional para *e-government 2.0*. O *e-government* tradicional ou *e-government 1.0* corresponde aos três primeiros estágios de evolução/níveis de maturidade do *e-government*, sendo que o primeiro, considerado pela maioria dos autores, é referente à disponibilização de informação em *websites*; o segundo referente à interação simples entre entidade e os cidadãos/empresas via e-mail e/ou formulários interativos; e o terceiro referente ao fornecimento de serviços *online* que possibilitam transações (ex.: renovação de licenças e pagamentos de impostos) (Chun et al., 2010). O quarto estágio corresponde à promoção da já referida governação partilhada (*governance*) entre governo e cidadãos/empresas, de forma a transformar a maneira como este opera (Chun et al., 2010), sendo que essa transformação se torna possível, reiterando o que foi referido no segundo parágrafo, com a *Web 2.0* e as ferramentas de *Social Media* (Bryer & Zavattaro, 2011), que servem, assim, de base para o *e-government 2.0*.

CAPÍTULO II – TRABALHO EMPÍRICO

Após apresentado o enquadramento teórico, que tinha como finalidade servir de fundamento para a temática em estudo, cumpre agora abordar o trabalho empírico, que não só irá abordar o âmbito e enquadramento do estágio curricular realizado na Câmara Municipal de Oliveira de Frades, mas também a metodologia, a apresentação e análise dos resultados obtidos com o inquérito por questionário e ainda a discussão desses resultados.

Dessa forma, dentro do âmbito e enquadramento do estágio realizar-se-á uma caracterização do Concelho de Oliveira de Frades, de maneira a providenciar um contexto relativamente à Vila onde está inserido o Município, e posteriormente, realizar-se-á uma caracterização do referido Município. Por fim, neste ponto, descrever-se-ão as atividades realizadas no estágio.

De seguida identificar-se-á a metodologia escolhida para o presente relatório, e uma vez que o instrumento de recolha de dados escolhido foi o inquérito por questionário, apresentar-se-á e analisar-se-á os resultados obtidos com este. Por último, discutir-se-á esses resultados.

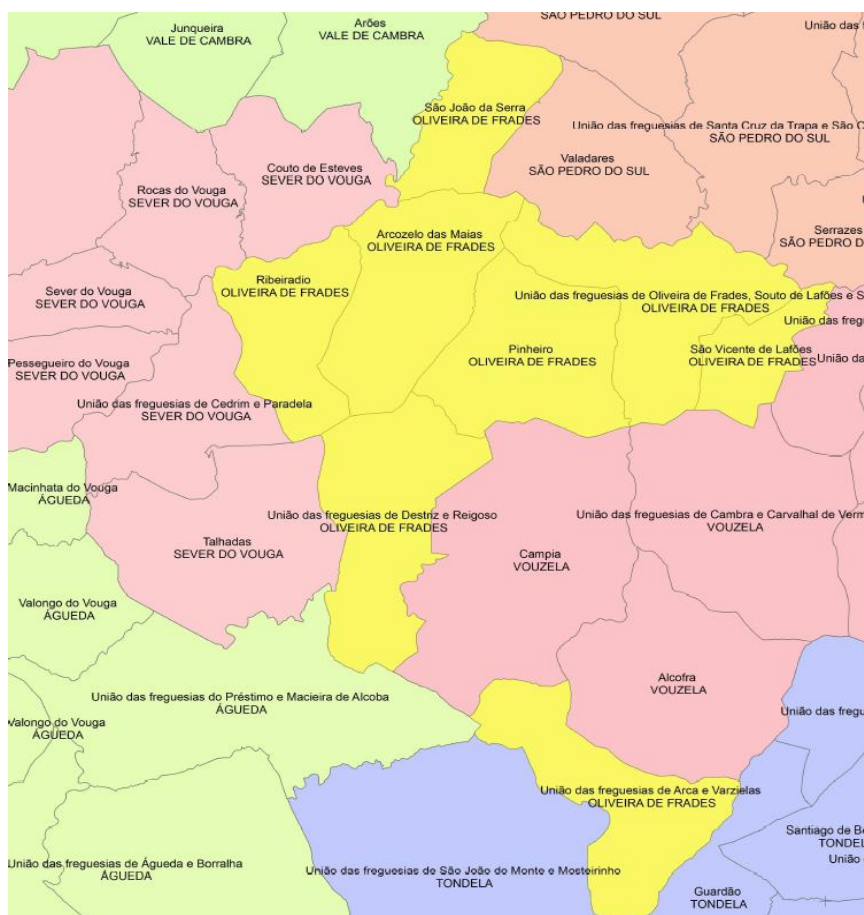
1. Âmbito e Enquadramento do Estágio

1.1. Caracterização do Concelho de Oliveira de Frades

Oliveira de Frades é uma vila do distrito de Viseu, criada em 1837 aquando da divisão do concelho de Lafões nos atuais concelhos de Oliveira de Frades, Vouzela e São Pedro do Sul. Situa-se na Região Centro, inserindo-se na sub-região de Lafões, pertencente à província da Beira Alta.

À data da realização do presente relatório de estágio, o concelho possui 9.928 habitantes e tem uma área aproximada de 145.4 Km², sendo que o seu território é descontínuo, estando dividido em duas parcelas, que por sua vez se encontram subdivididas administrativamente em oito freguesias: Arcozelo das Maias; Pinheiro; Ribeiradio; São João da Serra; São Vicente de Lafões; União das Freguesias de Arca e Varzielas; União das Freguesias de Destriz e Reigoso; e União das Freguesias de Oliveira de Frades, Souto de Lafões e Sejães.

Oliveira de frades é limitado a Nordeste por São Pedro do Sul, a Noroeste por Vale de Cambra, a Sudeste por Vouzela, a Sudoeste por Águeda, a Sul por Tondela e a Oeste por Sever do Vouga.



**Figura 6 - Mapa do Concelho de Oliveira de Frades
Retirado de Município de Oliveira de Frades (2015)**

Através dos dados do (PORDATA, 2020), demonstrados na tabela seguinte, consegue-se depreender que a população residente no concelho de Oliveira de Frades tem vindo a decrescer ao longo dos anos, sendo o número de mulheres residentes superior ao número de homens. De salientar o facto de, apesar do número de residentes ter diminuído do ano de 2011 para o de 2019, a proporção do número de homens e de mulheres manteve-se o mesmo.

Tabela 10 - População residente, média anual: total e por sexo

População residente (n.º), por sexo								
2001			2011			2019		
Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres
10.584	48%	52%	10.260	47%	53%	9.928	47%	53%

Elaboração própria com base nos dados retirados do PORDATA (2020)

Relativamente à população residente por grupo etário, consegue-se observar, através da tabela seguinte, que dos 0 aos 29 anos, o número tem vindo a decrescer, sendo que o maior decréscimo, nos três anos analisados, se deu no grupo etário dos 10 aos 19, não só em comparação com os grupos etários referidos anteriormente, mas também comparativamente aos restantes grupos etários. Nos grupos etários dos 30 aos 39, dos 40 aos 49 e dos 70 aos 79, apesar de o número ter sofrido uma subida do ano de 2001 para o ano de 2011, o valor

decaiu posteriormente no ano de 2019, sendo que o maior decréscimo se deu no grupo etário dos 30 aos 39. Dos 50 aos 59 e dos 80 ou mais, o número de residentes tem vindo a crescer, sendo o grupo etário dos 50 aos 59 o que apresenta o maior acréscimo de todos. Dos 60 aos 69, apesar de ter havido um decréscimo do ano de 2001 para o ano de 2011, constatou-se que posteriormente houve um acréscimo no ano de 2019. Por último, é possível também verificar que a maioria da população residente no concelho tem entre 40 e 49 anos.

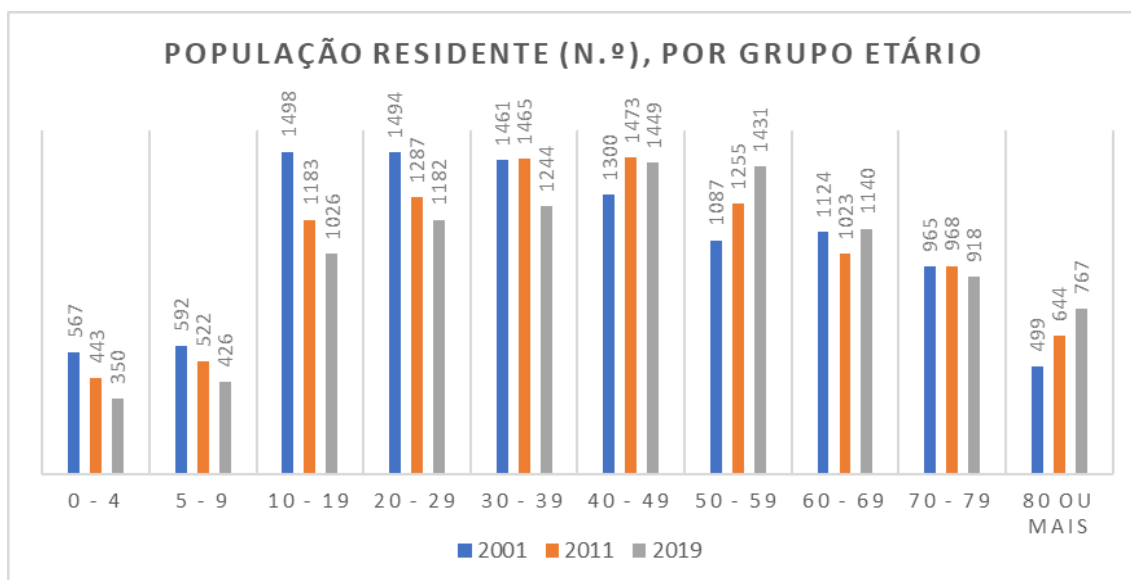


Figura 7 - População residente, média anual: por grupo etário
Elaboração própria com base nos dados retirados do PORDATA (2020)

Quanto ao índice de envelhecimento, correspondente ao número de pessoas com sessenta e cinco (65) anos ou mais por cada cem (100) pessoas menores de quinze (15) anos (PORDATA, 2020), este tem vindo a crescer bastante, tendo aumentado em 65,6% de 2001 para 2019, sendo que subiu 26,3% de 2001 para 2011 e subiu 39,3% de 2011 para 2019.

Tabela 11 - Índice de envelhecimento em percentagem

Índice de envelhecimento (%)		
2001	2011	2019
110,6	136,9	176,2

Elaboração própria com base nos dados retirados do PORDATA (2020)

Com relação à população residente em idade ativa esta corresponde aproximadamente a cerca de 64,81%, sendo que o grupo etário predominante é o dos 35 aos 44 anos. O grupo etário que apresenta menor valor é o dos 15 aos 24, tendo sido também este o grupo que maior decréscimo sofreu ao longo dos três anos analisados. Entre 2011 e 2019, o grupo etário que apresenta maior acréscimo é o dos 55 aos 64 e o grupo etário com maior decréscimo é o dos 25 aos 34.

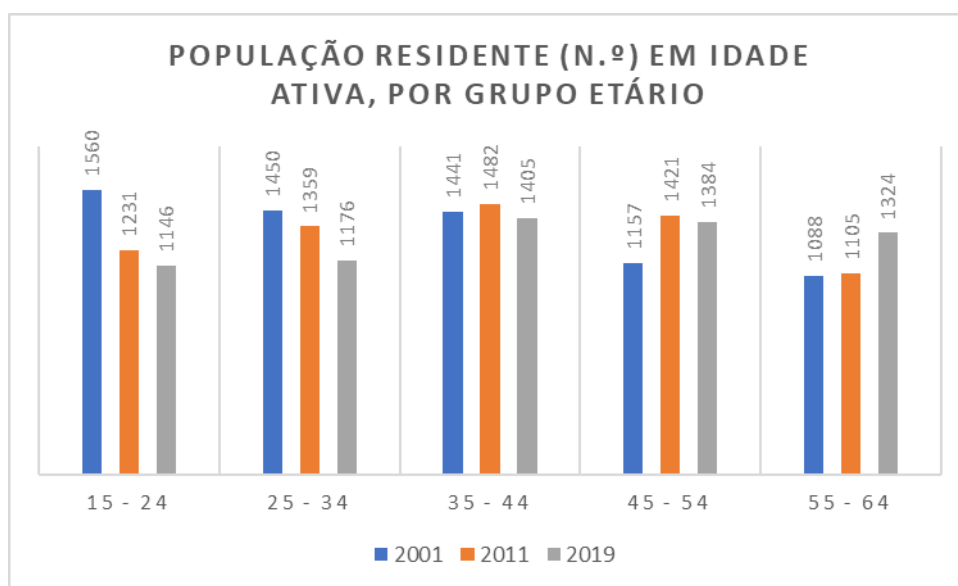


Figura 8 - População residente em idade ativa, média anual: total e por grupos etários
Elaboração própria com base nos dados retirados do PORDATA (2020)

O número de indivíduos em idade ativa por idoso, correspondente ao número de pessoas entre os quinze (15) e os sessenta e quatro (64) anos por cada idoso (com sessenta e cinco (65) anos ou mais), tem vindo a diminuir, o que pode ser explicado não só pelo facto de que o índice de envelhecimento tem vindo a crescer, mas também pelo facto de que a população residente em idade ativa tem vindo a diminuir ao longo dos anos analisados.

Tabela 12 - Número de indivíduos em idade ativa por idoso

N.º de Indivíduos em idade ativa por idoso		
2001	2011	2019
3,3	3,1	2,9

Elaboração própria com base nos dados retirados do PORDATA (2020)

Posto isto é possível depreender, essencialmente, que a população residente no Concelho de Oliveira de Frades tem vindo a decrescer ao longo dos anos analisados. Quando comparado com os dados referentes a Portugal, a conclusão é idêntica, diferindo, contudo, o facto de ter havido um acréscimo no número de residentes no país entre 2001 e 2011, porém esse número voltou a decrescer em 2019, chegando a ser inferior ao observado em 2001.

Quanto ao índice de envelhecimento, este tem vindo a aumentar, estando em conformidade com o resto do país, sendo que se observa também um aumento quando analisado os valores referentes a Portugal. Relativamente ao número de indivíduos em idade ativa por idoso, este tem vindo a decrescer, o que também está alinhado com a análise feita a Portugal.

1.2. Caracterização do Município de Oliveira de Frades

A organização da gestão do Município assenta em duas estruturas, sendo uma delas a estrutura política, composta por dois órgãos, a Assembleia Municipal e a Câmara Municipal, tal como definido no artigo 239.º da Constituição da República Portuguesa, e no n.º 2 do artigo 5.º da Lei n.º 75/2013 de 12 de setembro; e a outra sendo a estrutura administrativa, assente num modelo hierarquizado, composto por três unidades orgânicas flexíveis e cinco subunidades orgânicas (Câmara Municipal de Oliveira de Frades, 2019).

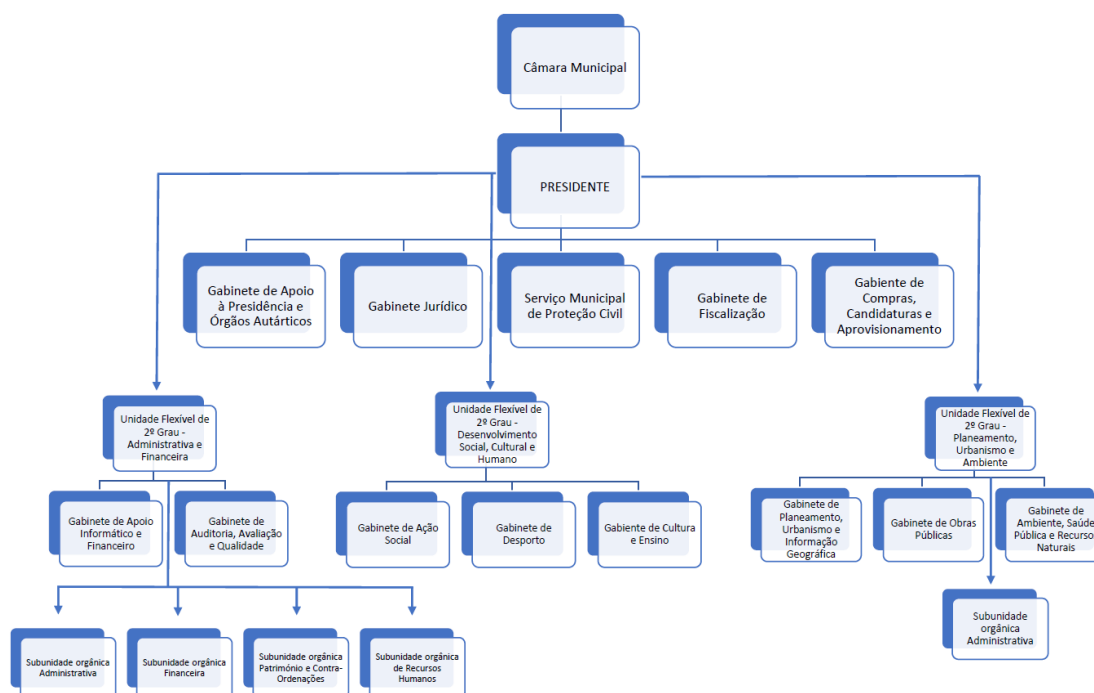


Figura 9 - Organograma da Câmara Municipal de Oliveira de Frades
Elaboração própria com base em Câmara Municipal de Oliveira de Frades (2019)

Segundo o Relatório de Gestão referente ao ano de 2019, o Município possui cento e setenta e dois (172) efetivos, sendo que vinte e um (21) deles são Técnicos Superiores, três (3) são Técnicos de Informática, vinte e seis (26) são Assistentes Técnicos, cento e dezanove (119) são Assistentes Operacionais e três (3) encontram-se definidos como “outros”.

Através da análise da tabela seguinte, é possível constatar que o maior número de efetivos tem entre 45 e 54 anos, sendo que não há efetivos com menos de 25 anos, e o número de efetivos com idade entre os 25 e os 34 são somente cinco (5). Para além disso, é possível verificar que o número de mulheres é superior, em vinte (20), ao número de homens.

Tabela 13 - N.º de efetivos por faixa etária e por sexo - ano 2019

N.º de efetivos por faixa etária e por sexo – ano de 2019			
	Total	Masculino	Feminino
20 – 24	0	0%	0%
25 – 34	5	60%	40%
35 – 44	40	37%	63%
45 – 54	67	36%	64%
55 – 64	56	54%	46%
65 – 69	4	100%	0%
Total	172	76	96

Elaboração própria com base em Câmara Municipal de Oliveira de Frades (2019)

1.3. Atividades realizadas no âmbito de Estágio

O estágio desenvolvido na Câmara Municipal de Oliveira de Frades, entre 8 de outubro de 2019 e 26 de junho de 2020³, contribuiu para colocar em prática o conhecimento adquirido durante o Mestrado em Administração e Gestão Pública, permitindo especialmente uma familiarização com o mundo do trabalho e a aquisição de experiência profissional. Isto foi possível uma vez que o estágio curricular permitiu passar por vários departamentos, não só com o intuito de adquirir o máximo de conhecimento possível, mas também de forma a conhecer melhor a entidade e a natureza dos serviços que esta presta, e ainda de familiarização com as equipas e com o contexto do território que a instituição serve:

1. Gabinete de Compras, Candidaturas e Aprovisionamento (**consultar figura 9**):
 - apoio na organização e acompanhamento (mediante a devida autorização dos órgãos municipais), dos procedimentos concursais de aquisição de bens, serviços e empreitadas, em cumprimento das normas legais aplicáveis, nomeadamente o Código dos Contratos Públicos (CCP) e outra legislação em vigor, designadamente na redação dos Programas de Procedimento, dos Cadernos de Encargo, na elaboração dos avisos para publicitação no Diário da República (DR) e demais atos previstos no CCP;
 - participação no lançamento dos procedimentos concursais na plataforma usada pelo Município (AcinGov);
 - auxílio na análise das propostas dos concorrentes, no caso da apresentação de uma única proposta, dado que quando existem vários concorrentes, essa competência compete ao júri designado para o efeito;
 - participação na publicitação dos contratos no Portal dos Contratos Públicos, o BaseGov.
2. Subunidade Orgânica de Recursos Humanos:
 - acompanhamento do processamento de vencimentos;

³ Dado a pandemia de COVID 19 o estágio foi suspenso entre 16 de março e 8 de maio

- colaboração na classificação e no registo de despesas de saúde na aplicação informática SBA;
- auxílio no pedido de juntas médicas e inscrição de trabalhadores e familiares na ADSE;
- gestão da Plataforma do IEFP relativamente à elaboração de candidaturas e gestão dos Contratos Emprego Inserção (submissão de assiduidade e pedidos de pagamentos);
- Organização de 19 processos individuais referentes aos trabalhadores contratados que iniciaram funções durante a vigência do estágio.

3. Gabinete Jurídico:

- Auxílio na elaboração de regulamentos, despachos e protocolos;
- Auxílio na análise de pareceres jurídicos externos e internos;
- Acompanhamento dos processos de contraordenação.

O estágio permitiu também, e mais relacionado com o tema do presente relatório, aumentar o conhecimento prático relativo ao desenvolvimento e à gestão de ferramentas e conteúdos de comunicação *online*, alinhados com o perfil social e demográfico dos cidadãos do território em concreto, servindo o objetivo de melhorar o envolvimento e conseqüentemente o relacionamento dos cidadãos com a Gestão Pública e com o seu território:

4. Gabinete de Comunicação e Imagem, com o propósito de ficar não só a conhecer quais os meios de comunicação utilizados pelo Município, mas também a forma como estes eram usados. Assim, verificou-se que o Município, para além do *website* institucional, também possui página no Facebook e no Instagram, sendo que destes, o mais utilizado é a rede social Facebook, que serve principalmente para publicar notícias, avisos, alertas, e partilhar eventos.

5. Gabinete de Apoio Informático e Financeiro:

- colaboração no redesenho da estrutura interna da página na Internet do Município, uma vez que a CMOF já tinha intenção de modificar o seu *website* institucional pois considerava que este precisava não só de um *design* novo, mas também de possuir informação mais organizada, mais completa, mais acessível e que fosse mais ao encontro das boas práticas.

O trabalho neste departamento envolveu diferentes fases sendo que num primeiro momento foi desenvolvida uma investigação exploratória relativamente ao que existia a nível de *websites* institucionais de outros Municípios, fazendo dessa forma um levantamento das páginas na Internet relevantes/comparáveis a fim de identificar fontes de referência de boas práticas a nível da comunicação dos Serviços Públicos. Assim, analisou-se, nesta fase, um total de cinquenta e oito (58) páginas na Internet, sendo que vinte e três (23) correspondiam aos Municípios pertencentes ao Distrito de Viseu, dezanove (19) correspondiam aos Municípios pertencentes ao Distrito de Aveiro e dezasseis (16) correspondiam aos *websites* institucionais de cada um dos restantes Distritos, ou seja, do Município que dá o nome ao Distrito.

Tabela 14 - Websites institucionais analisados inicialmente

Viseu		
Distrito onde o Município em estudo se encontra inserido pelo que se considerou pertinente observar o que os Municípios vizinhos apresentavam a nível de páginas na Internet		
Armamar	Carregar do Sal	Castro Daire
Cinfães	Lamego	Mangualde
Moimenta da Beira	Mortágua	Nelas
Penalva do Castelo	Penedono	Resende
Santa Comba Dão	São João da Pesqueira	São Pedro do Sul
Sátão	Sernancelhe	Tabuaço
Tarouca	Tondela	Vila Nova de Paiva
Viseu	Vouzela	
Aveiro		
Distrito vizinho ao distrito de Viseu e é o local da realização do Mestrado pelo que se considerou a possibilidade, dessa forma, de adquirir ainda mais informação pertinente e diferenciada que permitisse construir uma estrutura interna ainda mais completa		
Águeda	Albergaria-a-Velha	Anadia
Arouca	Aveiro	Castelo de Paiva
Espinho	Estarreja	Ílhavo
Mealhada	Murtosa	Oliveira de Azeméis
Oliveira do Bairro	Ovar	Santa Maria da Feira
São João da Madeira	Sever do Vouga	Vagos
Vale de Cambra		
Restantes Distritos		
Somente a página na Internet do Município que dá o nome ao Distrito e não os websites institucionais de cada um dos Municípios pertencentes ao Distrito. Considerou-se mais pertinente analisar somente estas, uma vez que se pressupõe que são as mais conhecidas, e também de forma a limitar o número de websites analisados		
Viana do Castelo	Braga	Vila Real
Bragança	Porto	Guarda
Leiria	Coimbra	Castelo Branco
Lisboa	Santarém	Portalegre
Setúbal	Évora	Beja
Faro		

Numa segunda fase e após alguma pesquisa bibliográfica, acrescentou-se à lista de *websites* analisados as páginas na Internet dos Municípios que se encontram nos cinco (5) primeiros lugares no *ranking* do Índice de Transparência (referente ao ano de 2017 dado que é o último apresentado até ao momento) e no *ranking* do estudo *Presença na Internet das Câmaras Municipais Portuguesas (consultar ponto 4.3. Qualidade no e-government)*.

Tabela 15 - Websites analisados posteriormente

Índice de Transparência	Presença na Internet das CM Portuguesas
Alfândega da Fé	Vila Nova de Cerveira
Vila do Bispo	Murça
Vila Nova de Cerveira	Cascais
Arcos de Valdevez	Maia
Santa Marta de Penaguião	Vagos

Dois dos Municípios, Vila Nova de Cerveira e Vagos, já fariam parte da análise de qualquer das maneiras, dado que a primeira tanto se encontra nos cinco primeiros lugares no *ranking* do Índice de Transparência, como no ranking do estudo *Presença na Internet das Câmaras Municipais Portuguesas*, e a segunda faz parte da análise inicial, sendo que é um Município pertencente ao Distrito de Aveiro.

Dessa forma, o número de *websites* institucionais analisados aumentou em oito (8), perfazendo um total de sessenta e seis (66) *websites* institucionais analisados (**consultar anexo I**). Esta análise permitiu adquirir conhecimento que ajudasse na colaboração do redesenho da página, através da criação de uma nova estrutura interna, com o intuito de que existisse uma melhor disponibilização de informação, não só numa tentativa de melhorar a acessibilidade do cidadão à respetiva, mas também que a informação tivesse mais de acordo com os Indicadores de Transparência Municipal, os Indicadores de *Presença na Internet das Câmaras Municipais Portuguesas*, e ainda do *Guia de Boas Práticas na Construção de Web Sites da Administração Direta e Indireta do Estado*.

De forma a contextualizar, o Índice de Transparência Municipal, desenvolvido pela Transparência e Integridade, Associação Cívica (TIAC), oferece ao cidadão e a quem tem responsabilidades na tomada de decisões na gestão do Município, um referencial de apoio à análise do nível de transparência do seu Município. Este é determinado através de uma análise, com base em critérios universais, da informação disponibilizada nos *websites* das Câmaras Municipais, possibilitando a criação de um *ranking*. Este tipo de índices têm um efeito positivo de criar alguma pressão social, motivando os Municípios a melhorar as suas ferramentas de comunicação e interação com os cidadãos, proporcionando uma governação mais aberta, responsável e participativa (Transparência e Integridade Associação Cívica, 2017). O índice é composto por 76 indicadores que se encontram agrupados em 7 dimensões:

Tabela 16 - Dimensões do Índice de Transparência

Dimensão A	Informação sobre a organização, composição social e funcionamento do Município;
Dimensão B	planos e relatórios;
Dimensão C	impostos, taxas, tarifas, preços e regulamentos;
Dimensão D	relação com a sociedade;
Dimensão E	transparência na contratação pública;
Dimensão F	transparência económico financeira
Dimensão G	transparência na área do urbanismo

Elaboração própria com base em Transparência e Integridade Associação Cívica (2017)

Na criação dos indicadores foram somente tidos em conta aqueles que existem em todos os Municípios (critério da universalidade) e cujo processo de implementação é da responsabilidade dos agentes locais (critério de *ownership*), sendo que muita da informação, por via da lei, corresponde à que é obrigatória publicar pelas autarquias (no entanto, não foi seguido um critério de legalidade na definição destes), não estando incluídos indicadores que medem a acessibilidade, intangibilidade e qualidade da informação e a corrupção (Transparência e Integridade Associação Cívica, 2017).

O *Guia de Boas Práticas na Construção de Web Sites da Administração Direta e Indireta do Estado* (2003), serve de complemento ao exercício de avaliação periódica em curso, ao abrigo da Resolução Do Conselho de Ministros n.º 22/2001 de 27 de fevereiro, procurando constituir uma referência de boas práticas para a construção de *websites* pertencentes à Administração Direta e Indireta do Estado, com o intuito não só de proporcionar aos cidadãos um serviço de qualidade reconhecida, a custos operacionais menores, mas também de contribuir para o desenvolvimento de melhores práticas de *e-government* em Portugal (J. N. Oliveira et al., 2003). Este guia foi realizado pelo Departamento de Sistemas de Informação da Universidade do Minho em colaboração com a Unidade de Missão Inovação e Conhecimento (UMIC), e agrupa 38 recomendações em 9 grupos:

1. Conteúdos;
2. Acessibilidade;
3. Navegabilidade;
4. Facilidades para cidadãos com necessidades especiais;
5. Serviços;
6. Gestão;
7. Privacidade e proteção de dados individuais;
8. Autenticação e segurança;
9. Infraestrutura.

Destina-se a 4 grupos: gestores dos serviços e organismos da Administração Direta e Indireta do Estado; equipas responsáveis pela conceção e construção dos sistemas, nos quais se incluem os *websites*; aos elementos que estão associados à gestão e à produção de informação ou de conteúdos, e, por último, aos cidadãos (J. N. Oliveira et al., 2003).

Posteriormente a esta análise, e com a informação recolhida tanto das análises aos *websites* como com base nas informações contidas no estudo *Presença na Internet das Câmaras Municipais Portuguesas* e no Índice de Transparência Municipal, quanto aos aspetos por eles analisados, e ainda no *Guia de Boas Práticas na Construção de Web Sites da Administração Direta e Indireta do Estado*, elaborou-se um primeiro esboço de uma estrutura interna. Depois, analisou-se a informação que constava no *website* do Município, com o intuito de interligar esta com o esboço da estrutura interna proposta e ver de que maneira é que seria possível organizar a informação já existente com base nessa proposta e também perceber que informações é que faltavam, e portanto, seriam necessárias acrescentar. Após esta tarefa, realizou-se, juntamente com a Chefe de Gabinete, uma revisão à estrutura interna proposta, não só de forma a melhorar esta ainda mais, mas também de maneira a que esta estivesse de acordo com os objetivos esperados por parte da Câmara Municipal.

Assim que se considerou que a estrutura interna já estava conforme os objetivos esperados procedeu-se à modificação da antiga estrutura para a nova. Após terminar esta modificação, e em conformidade com os vários departamentos, alterou-se e acrescentou-se a informação considerada, por eles, necessária, não só com o intuito de corresponder ao que estava estabelecido na estrutura interna, mas também de forma a que a informação fosse a mais factual e atualizada possível.

Em conciliação com estas tarefas, e dado que o principal objetivo do relatório era perceber o potencial dos meios de comunicação *online* na melhoria da relação com os Municípios, e uma vez que a análise anteriormente exposta só permitia analisar determinados aspetos, sendo esses relacionados especificamente com o *website*, decidiu-se proceder à realização de um inquérito, que não só seria mais abrangente, estando incluindo outros meios de comunicação *online*, em especial as Redes Sociais Facebook e Instagram, como também se teria em atenção a perceção/opinião dos Municípios.

2. Metodologia

O processo de investigação é complexo e rigoroso, composto por inúmeras etapas, que tem como intuito conseguir chegar a algumas conclusões relativamente a um problema definido inicialmente. Dessa forma, a primeira etapa, denominada de fase conceptual, compreende a determinação do tema sobre o qual se vai basear a investigação, realizando-se posteriormente uma pesquisa bibliográfica a fim de recolher informação sobre o referido tema, para que se possa definir assim os objetivos da investigação. Após a definição do tema e dos objetivos, começa-se a fazer uma revisão da literatura, com base em livros, artigos científicos ou outra documentação considerada importante para a temática, com a finalidade de delinear a fundamentação teórica que servirá de base para o trabalho. Posteriormente, numa fase denominada de fase metodológica, determinam-se os métodos mais adequados para a recolha de informações e dados para que, depois de analisados, numa fase denominada de fase empírica, estes permitam chegar a algumas conclusões referentes à temática escolhida. Numa investigação pode-se optar, especialmente, por dois tipos de métodos, sendo eles o qualitativo,

em que se procura uma compreensão através da observação, descrição e interpretação dos factos, mais do que uma avaliação, e o quantitativo, em que se recolhe sistematicamente dados observáveis e quantificáveis, com base em factos objetivos, havendo portanto uma possibilidade de generalização dos resultados (Fortin, 2003), sendo também possível a utilização dos dois métodos em conjunto.

Posto isto, e relativamente ao relatório de estágio em específico, a abordagem utilizada foi mista (qualitativa e quantitativa), e o método de pesquisa foi o estudo de caso, usado, normalmente, quando se pretende responder a questões do género “como” e “porquê” (Yin, 2014). Os dados podem ser recolhidos de diversas fontes e/ou maneiras, uma vez que existem diferentes instrumentos que permitem tal recolha, como por exemplo, entrevistas e/ou inquéritos com base em questionários.

De acordo com Quivy & Campenhoudt (2005) o inquérito por questionário consiste na realização de uma série de perguntas a um conjunto de inquiridos, relativamente, por exemplo, à sua situação social, familiar e/ou profissional, às suas opiniões, expectativas e nível de conhecimento e/ou consciência sobre determinado acontecimento e/ou questão/problemática, entre outros. Dessa forma, os inquéritos por questionário são utilizados maioritariamente quando se pretende conhecer as condições, modos de vida, comportamentos, valores e opiniões de uma determinada população e têm como vantagem a possibilidade de quantificação de uma imensa variedade de dados, o que permite por sua vez, proceder a numerosas análises de correlação. Segundo Rodrigues (2007) os questionários devem ser breves e bem organizados, pelo que o número de perguntas deve ser pequeno e estas devem ser claras. Os questionários podem ser abertos, quando é dada liberdade aos inquiridos para elaborarem as suas respostas; fechados, quando é dado aos inquiridos um conjunto de opções de resposta; e/ou mistos que conjugam algumas questões abertas e outras fechadas contendo assim os atributos de ambos os tipos.

Neste caso em específico, optou-se por um inquérito de resposta fechada, dirigido aos cidadãos, enquanto destinatários de Serviços Públicos, especialmente aos habitantes de Oliveira de Frades. O questionário tinha como finalidade contribuir para perceber quais os meios de comunicação que os cidadãos usam e quais são os usos que lhe dão (se é para entretenimento, trabalho, pesquisa, etc.), nomeadamente para a interação com a gestão do Município. Pretendia-se também perceber o que motiva os cidadãos a visitar o *website* do Município e/ou seguir as páginas nas Redes Sociais, particularmente no Facebook e/ou Instagram. Para esse fim foram incluídas questões relativamente à sua perceção quanto a estes canais, particularmente o que acham destes, e caso não tenham visitado e/ou sigam, questionar o porquê. Pretendia-se ainda perceber o que levaria os cidadãos a pesquisar por informação *online* sobre os Municípios (por exemplo, se seria para visitar, para obter alguma informação específica, etc.). A análise dos dados resultante do inquérito pretendia ajudar na melhoria aquando da utilização dos meios de comunicação *online* por parte dos Municípios, em particular o Município de Oliveira de Frades, e perceber se isso levaria a uma maior proximidade com o cidadão uma vez que se passa a ter em atenção as perspetivas destes.

O inquérito por questionário (**anexo II**) foi disponibilizado exclusivamente de forma *online* com recurso ao *Google Forms*, entre 1 de abril e 31 de julho de 2020, tendo sido recolhidas, devidamente consentidas, cem (100) respostas completas. Uma vez que era necessário cruzar dados, estes foram tratados e analisados com recurso ao uso do programa SPSS, ainda que também se tenha utilizado o Excel. O questionário era composto por vinte e sete (27) questões subdivididas em cinco (5) grupos:

Tabela 17 - Grupos de Questões do Questionário

Questões relativas a dados sociodemográficos	
Primeiro grupo	Pretendia-se aferir o género, idade, habilitações literárias, situação laboral e o Município onde residia o inquirido
Questões relacionadas com os meios de comunicação <i>online</i>	
Segundo grupo	Pretendia-se aferir a importância dada aos meios de comunicação <i>online</i> ; quais são os mais utilizados e com que frequência; com que finalidade os cidadãos utilizam estes meios de comunicação; qual o dispositivo mais utilizado para aceder a estes e com que frequência;
Questões relativas ao uso de meios de comunicação e interação <i>online</i> nos Municípios	
Terceiro grupo	Pretendia-se aferir se os cidadãos seguem a página do Facebook, Instagram ou visitam o <i>website</i> do seu Município, e se sim, que razões os levaram a seguir/visitar, e com que frequência procuram informações nestes; se não, que razões os levam a não seguir/visitar. Pretendia-se aferir também se os cidadãos seguem a página do Facebook, Instagram ou visitam o <i>website</i> de outro Município, e se sim, que razões os levaram a seguir/visitar, e com que frequência procuram informações nestes;
Questões relacionadas com a avaliação da satisfação relativamente aos meios de comunicação <i>online</i> utilizados pelo Município onde o inquirido reside, particularmente da página do Facebook, Instagram e do <i>website</i> institucional	
Quarto grupo	Pretendia-se aferir o grau de satisfação dos cidadãos relativamente à página do Facebook, Instagram ou <i>website</i> do seu Município

Questões relacionadas com as potenciais melhorias relativamente ao uso dos meios de comunicação *online* por parte dos Municípios, especialmente da página do Facebook, Instagram e do *website* institucional

Quinto grupo

Pretendia-se aferir a opinião dos cidadãos relativamente ao que poderia melhorar na página do Facebook, Instagram e *website* do seu Município

3. Apresentação e análise dos resultados

3.1. Análise Geral

3.1.1. Caracterização da Amostra

Das cem (100) respostas completas recolhidas, setenta e quatro (74) correspondem a indivíduos do sexo feminino e vinte seis (26) correspondem a indivíduos do sexo masculino, com idades compreendidas entre os dezanove (19) e os cinquenta e seis (56) anos. De destacar que na sua grande maioria os inquiridos têm idades compreendidas entre os dezanove (19) e os vinte e cinco (25) anos, mais especificamente cinquenta e nove (59) dos inquiridos, e o menor número recai entre os cinquenta e um (51) e os cinquenta e seis (56) anos, contando com sete (7) dos inquiridos.

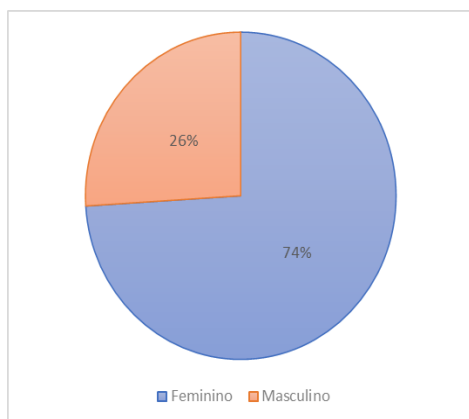


Gráfico 1
Caracterização da amostra por género

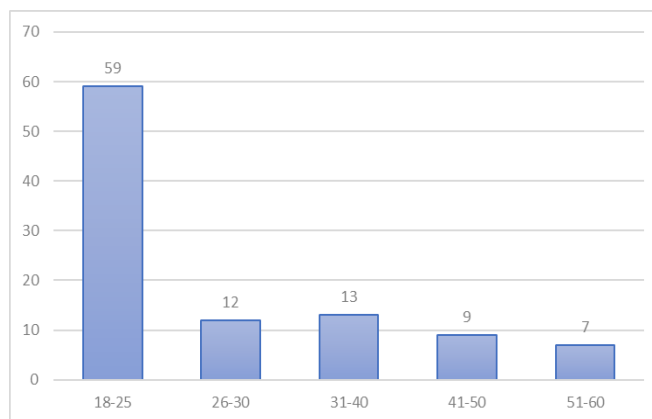


Gráfico 2
Caracterização da amostra por grupo etário

A maior parte dos inquiridos, mais especificamente cinquenta e um (51), têm como habilitação literária “licenciatura”, sendo que o menor número recai sobre o “ensino básico” com apenas seis (6) inquiridos. Quanto à situação laboral, o maior número de inquiridos, mais especificamente quarenta e quatro (44), é “empregado por conta de outrem”, sendo que o menor número recai em “bolseiro de investigação” que conta somente com um (1) inquirido, seguido de “reformado” com três (3), e “desempregado” com quatro (4).

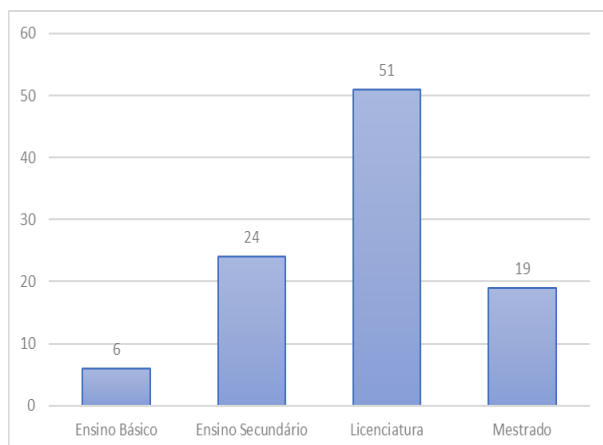


Gráfico 3

Caracterização da amostra por habilitações literárias

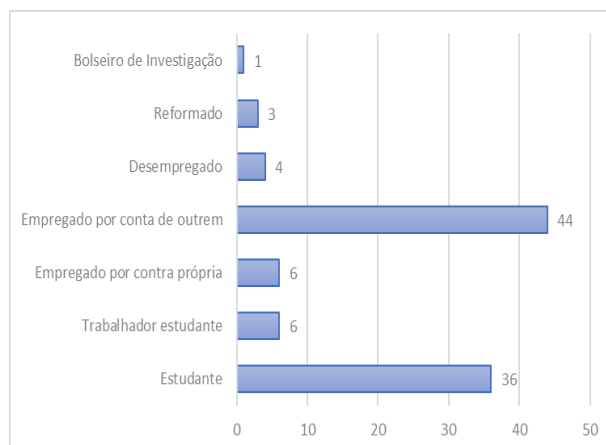


Gráfico 4

Caracterização da amostra por situação laboral

Quanto ao Município onde residem, o maior número de inquiridos, mais especificamente trinta e seis (36), pertence ao Município de Oliveira de Frades, seguido de doze (12) que pertencem ao Município de Aveiro e cinco (5) ao Município de Viseu. O menor número de inquiridos recai sobre vinte e dois (22) Municípios que contam somente com uma (1) resposta em cada.

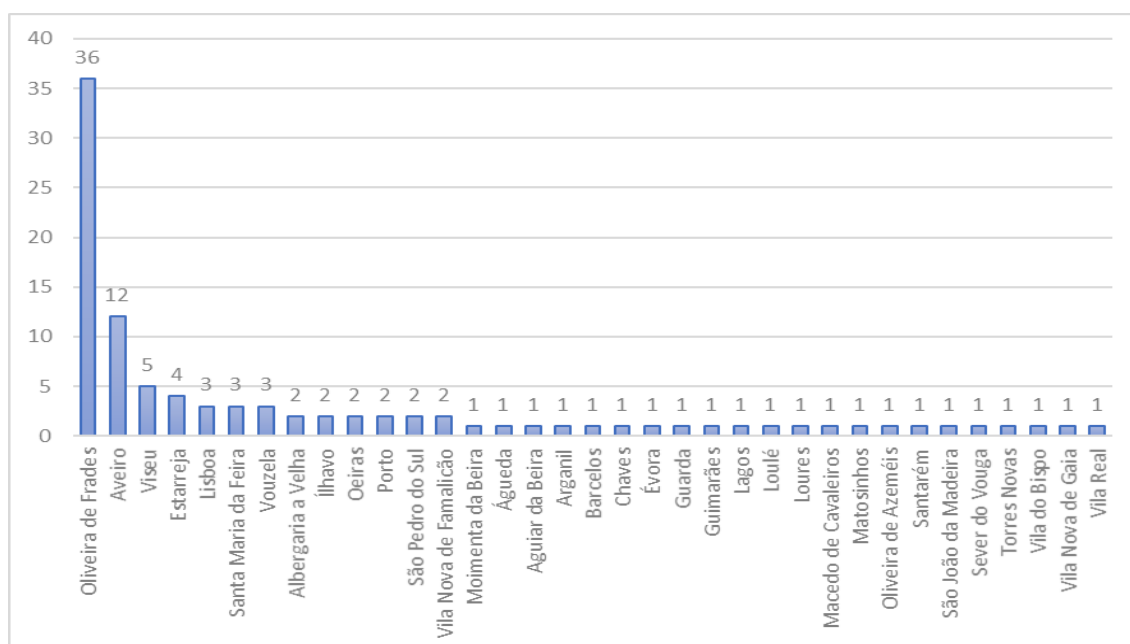


Gráfico 5

Caracterização da amostra por Município

Analisando por Distrito, quarenta e sete (47) dos inquiridos pertence a um Município do Distrito de Viseu (Oliveira de Frades, Viseu, Vouzela, São Pedro do Sul, Moimenta da Beira), vinte e sete (27) pertencem a um Município do Distrito de Aveiro (Estarreja, Aveiro, Santa Maria da Feira, Albergaria a Velha, Ílhavo, Águeda, Oliveira de Azeméis, São João da Madeira, Sever do Vouga), seis (6) pertencem a um Município do Distrito de Lisboa (Oeiras, Lisboa, Loures), quatro (4) pertencem a um Município do Distrito do Porto (Vila Nova de Gaia, Matosinhos,

Porto), e quatro (4) pertencem a um Município do Distrito de Braga (Vila Nova de Famalicão, Barcelos, Guimarães). O menor número de inquiridos recai sobre os Distritos de Évora, Bragança e Coimbra, com somente um (1) inquirido em cada (Município de Évora, Macedo de Cavaleiros e Arganil respetivamente).

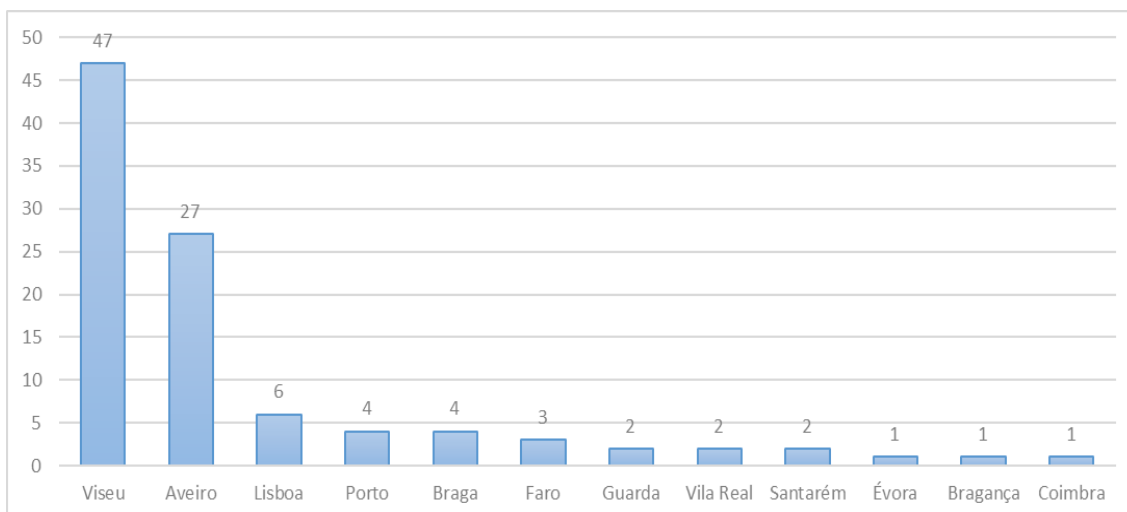


Gráfico 6
Caracterização da amostra por Distrito

3.1.2. Meios de Comunicação *Online*

Quando questionados sobre a importância que atribuem aos meios de comunicação *online* maior parte considera “importante” ou “muito importante”, sendo inclusive que os números se encontram empatados, dado que quarenta e quatro (44) inquiridos consideram “muito importante”, e outros quarenta e quatro (44) consideram “importante”. Somente um (1) inquerido é que considera que não são “nada importantes”, seguido de dois (2) inquiridos que consideram que são “pouco importantes” e nove (9) inquiridos que consideram que não são “nem muito nem pouco importantes”.

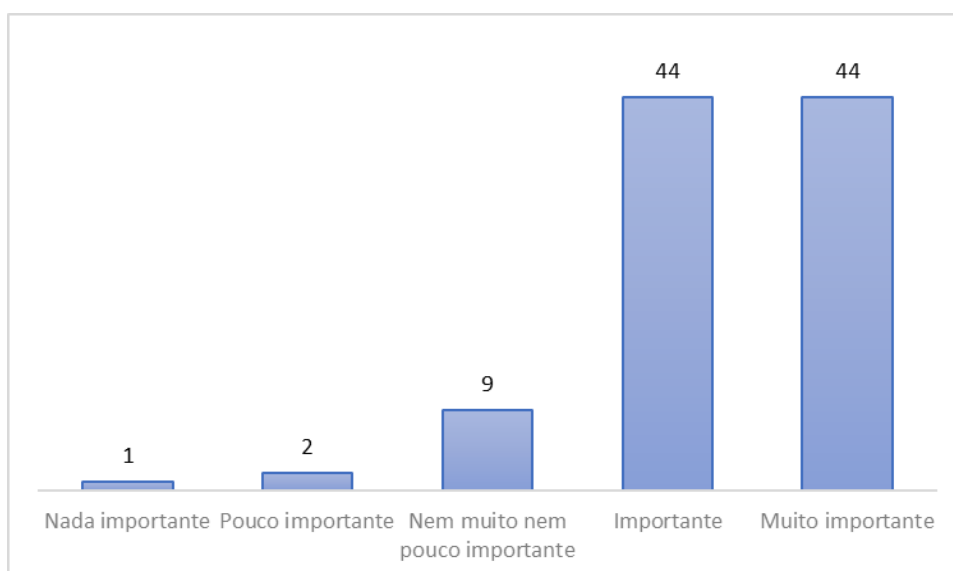


Gráfico 7
Importância atribuída aos meios de comunicação *online*

Correlacionando os dados anteriores com os dados relativos à idade foi possível depreender que apesar de se considerar que as camadas mais jovens são as que atribuem importância máxima aos meios de comunicação *online*, a verdade é que observando o gráfico seguinte, o que sobressai mais é que entre a faixa etária dos 18-25 a maior parte considera “importante”, enquanto que na faixa etária dos 26-30 e dos 31-40 a maior parte considera “muito importante”. Para além disso, o inquirido que considerou “nada importante” e um dos inquiridos que considerou “pouco importante” têm idades compreendidas entre os 51-60, e o outro inquirido que considerou “pouco importante” tem idade compreendida entre os 31-40.

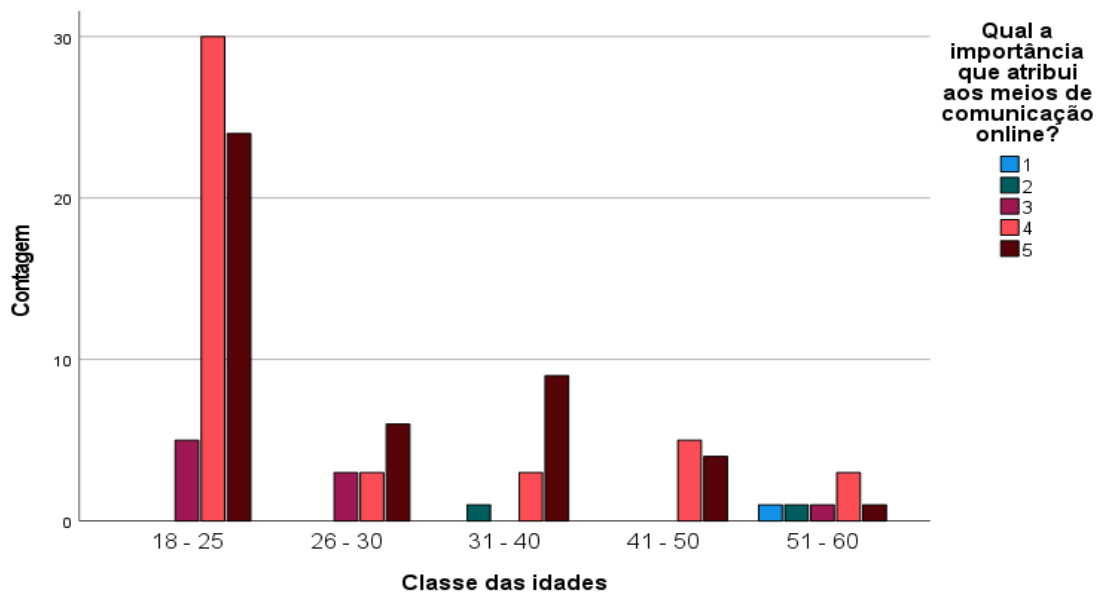


Gráfico 8
Importância atribuída aos meios de comunicação *online* por grupo etário

De destacar ainda que quando se analisa com base nas habilitações literárias, a maior parte dos inquiridos que possuem “mestrado” considera os meios de comunicação *online* “muito importantes”, enquanto que os inquiridos que possuem o “ensino secundário” e “licenciatura” consideram “importante”, ainda que neste último a diferença entre o número de inquiridos que consideram “importante” e o número de inquiridos que consideram “muito importante” seja pouca.

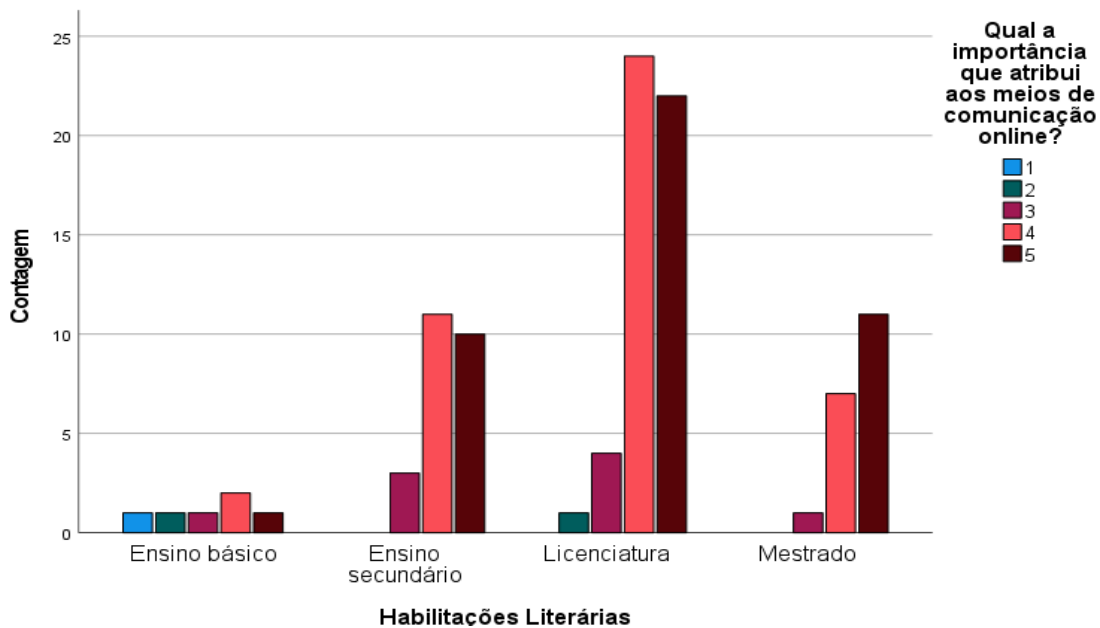


Gráfico 9
Importância atribuída aos meios de comunicação *online* por habilitação literária

Quanto à situação laboral de salientar que a maioria dos inquiridos “desempregados”, “empregados por conta própria” e “reformados”, neste último até é a totalidade dos inquiridos, consideram os meios de comunicação *online* “muito importantes”, enquanto que os “empregados por conta de outrem” e os “estudantes” consideram-nos “importantes”. Existe ainda um empate, por parte dos inquiridos “trabalhadores estudantes”, entre aqueles que consideram “importante” e os que consideram “muito importante”.

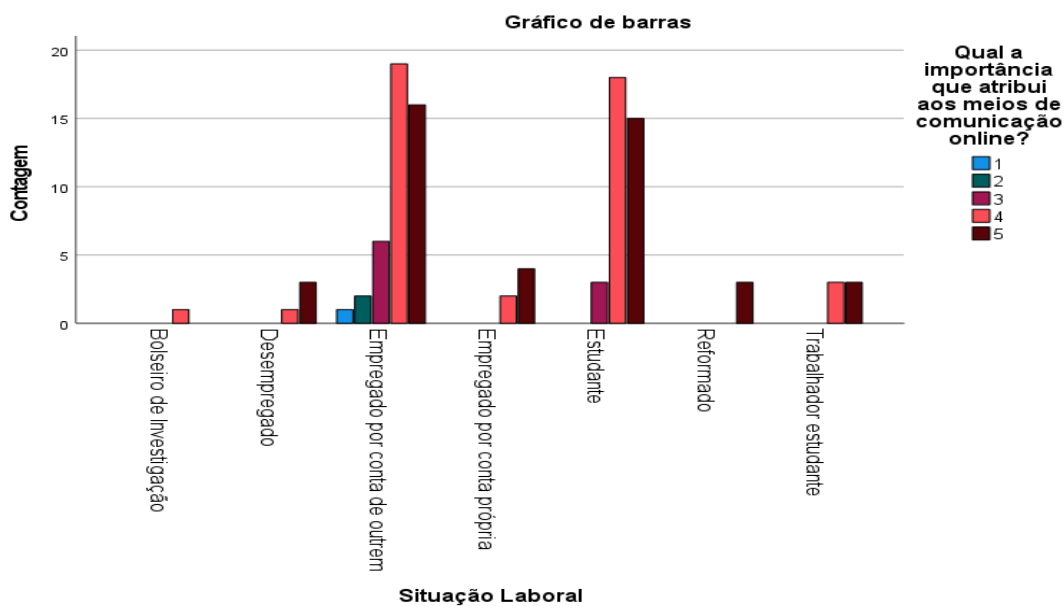


Gráfico 10
Importância atribuída aos meios de comunicação *online* por situação laboral

Relativamente aos meios de comunicação *online* que utilizam (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, WhatsApp, Messenger, Skype, Snapchat, Pinterest, Mail, Websites), e com que frequência, verificou-se que o mais utilizado é a rede social Facebook, sendo utilizada diariamente por setenta e oito (78) dos inquiridos, seguido da rede social Instagram que é utilizada diariamente por setenta e um (71) dos inquiridos, e do Messenger que é utilizado diariamente por setenta (70) dos inquiridos. Destaca-se ainda que a seguir ao Messenger o meio de comunicação *online* mais utilizado é o Mail, sendo que sessenta e sete (67) dos inquiridos referiu que o utiliza diariamente e somente cinco (5) é que referiu que não o utiliza de todo. O menos utilizado, é o Snapchat, sendo que setenta e cinco (75) dos inquiridos indicaram que não utiliza este meio de comunicação *online* e somente um (1) inquirido é que indicou que usava diariamente. Com uma diferença ainda grande, o segundo menos utilizado é a rede social Twitter, dado que cinquenta e oito (58) dos inquiridos referiu que não o utiliza, seguido do LinkedIn, que não é utilizado por cinquenta e quatro (54) dos inquiridos, e ainda do Pinterest, que não é utilizado por cinquenta e três (53) dos inquiridos.

Apesar do Facebook ser o meio de comunicação *online* mais utilizado diariamente no geral, quando analisado com base nos grupos etários, este não é o mais utilizado diariamente pela faixa etária dos 18-25, mas sim o Instagram, seguido do Messenger (e depois é que vem o Facebook). Destaca-se ainda, nesta faixa etária, que o número de inquiridos que não utiliza o Twitter é bastante superior ao número de inquiridos que o utiliza diariamente. Para além disso, na faixa etária dos 51-60, cinco (5) dos sete (7) inquiridos não utiliza a rede social Instagram.

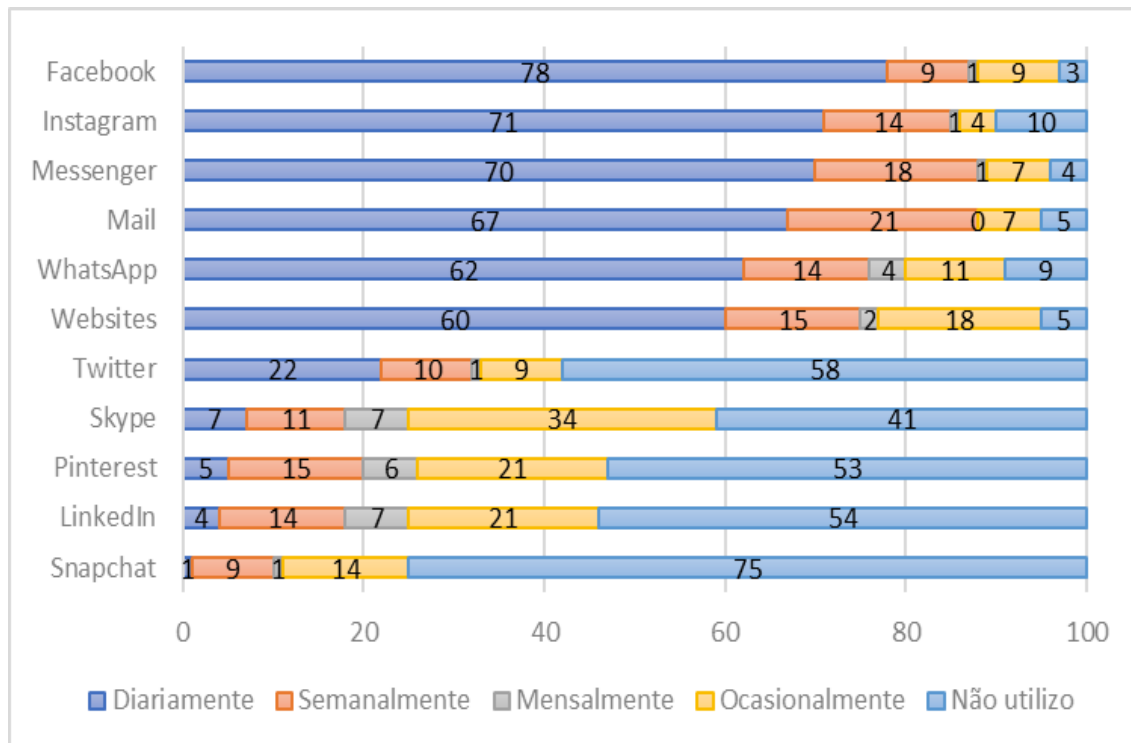


Gráfico 11
Meios de comunicação *online* utilizados e com que frequência

Quanto à finalidade dada a estes meios de comunicação (“lazer e entretenimento”, “trabalho”, “estudo”, “comunicação”, “manter-me informado sobre o que se passa ao meu redor” e “partilhar informação”), foi possível depreender, através do cálculo da média, e assumindo que para esse cálculo considerou-se que 1 = “Nunca”, 2 = “Raramente”, 3 = “Algumas Vezes”, 4 = “Quase Sempre”, e 5 = “Sempre”, que estes são mais utilizados para “comunicação” e para “lazer e entretenimento”, e são menos utilizados para “estudo”.



Gráfico 12
Finalidade dada aos meios de comunicação *online*

Quando analisado com base nos grupos etários destaca-se que, enquanto a maioria utiliza “quase sempre” estes meios de comunicação para “lazer e entretenimento”, na faixa etária dos 26-30 a maioria dos inquiridos, mais especificamente oito (8) em doze (12), utiliza “sempre” para esta finalidade. Outro facto curioso relativamente a esta finalidade é que nenhum dos inquiridos com idade compreendida entre os 41-50 referiu que utilizava “sempre” os meios de comunicação *online* para esse fim.

Com relação à finalidade “trabalho”, destaca-se o facto de que a maior parte dos inquiridos na faixa etária dos 51-60, mais especificamente quatro (4) em sete (7), referiu que “nunca” utilizavam estes meios de comunicação para essa finalidade, enquanto que no grupo etário dos 31-40 e dos 41-50, sete (7) em treze (13) e cinco (5) em nove (9), respetivamente, indicaram que utilizavam “sempre”.

Quanto a partilhar informação salienta-se que entre a faixa etária dos 51-60 o maior número de inquiridos utiliza “raramente” para essa finalidade, enquanto que a maioria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 31-40 e os 41-50 utiliza “quase sempre” não só para essa finalidade como também para “manterem-se informados sobre o que se passa ao seu redor”.

O dispositivo (telemóvel, computador portátil, computador fixo e tablet) mais utilizado pelos inquiridos diariamente é o telemóvel, tendo sido referido por noventa e cinco (95) dos inquiridos, seguido, ainda que com uma grande diferença, pelo computador portátil, que é utilizado diariamente por sessenta e quatro (64) inquiridos. O menos utilizado é o computador fixo, não só a nível de utilização diária, mencionado somente por catorze (14) dos inquiridos, mas também derivado ao facto de que quarenta e nove (49) dos inquiridos não possuem este dispositivo. O segundo menos utilizado, com pouca diferença do primeiro, é o tablet, sendo que quarenta e oito (48) dos inquiridos referiram que não possuem este dispositivo e somente dezasseis (16) inquiridos é que o utilizam diariamente.

De referir que houve cinco (5) respostas em branco relativamente à utilização de computador fixo, quatro (4) relativamente à utilização de tablet e três (3) relativamente à utilização de computador portátil, dados esses que devem ser tidos em atenção quando se analisa.

Discutindo estes dados à luz das estatísticas nacionais sobre literacia digital cumpre saber que, de acordo com o PORDATA (2020), a percentagem de agregados domésticos privados com computador no ano de 2017, sendo que este é o último ano que contém informação, é de 71,5%, e que o número de assinantes/equipamentos de utilizadores do serviço móvel, também referente ao ano de 2017, é de 19.420.188. Dessa forma, é compreensível o porquê de, dentro dos dispositivos referidos, o telemóvel ser o mais utilizado.

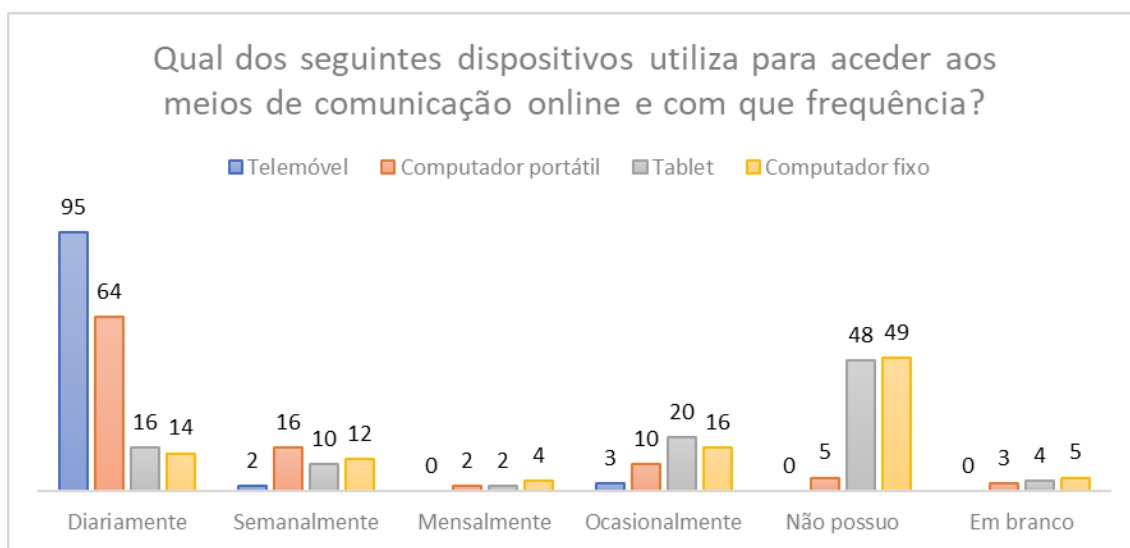


Gráfico 13
Dispositivos utilizados para aceder aos meios de comunicação *online* e com que frequência

3.1.3. Meios de Comunicação *Online* nos Municípios

Setenta e sete (77) dos inquiridos já visitou o *website* do Município onde reside, setenta e um (71) seguem a página do Facebook e somente vinte (20) dos inquiridos é que segue a página do Instagram. De salientar que catorze (14) inquiridos referiram que o seu Município não possuía página no Instagram.

Quando analisado com base nos grupos etários, destaca-se especialmente o facto de apesar de somente dois (2) inquiridos com idades compreendidas entre os 51-60, indicarem que não utilizam Facebook nem visitam *websites*, observa-se que cinco (5) dos sete (7) inquiridos não seguem a página do Município no Facebook nem visitaram o *website* institucional. Relativamente ao Instagram, ninguém nesta faixa etária segue a página do seu Município na referida rede social, contudo isto é compreensível uma vez que somente dois (2) inquiridos é que referiram que utilizavam o Instagram “semanalmente”.



Gráfico 14
Número de inquiridos que seguem a página no Facebook, Instagram e/ou visitaram o *website* do seu Município

Relativamente às razões que os levaram a seguir a página do seu Município no Facebook (“manter-me informado sobre o Município e o Concelho”, “ficar a saber de atividades e eventos”, “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”, “poder expressar mais facilmente a minha opinião sobre determinado assunto” e “curiosidade”), foi possível depreender, através do cálculo da média, e assumindo que para esse cálculo considerou-se que 1 = “Nada importante”, 2 = “Pouco importante”, 3 = “Nem muito nem pouco importante”, 4 = “Importante” e 5 = “Extremamente importante”, que as consideradas mais importantes foram “manter-me informado sobre o Município e o Concelho”, e “ficar a saber de atividades e eventos”. As consideradas menos importantes foram “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social” e “poder expressar mais facilmente a minha opinião sobre determinado assunto”.

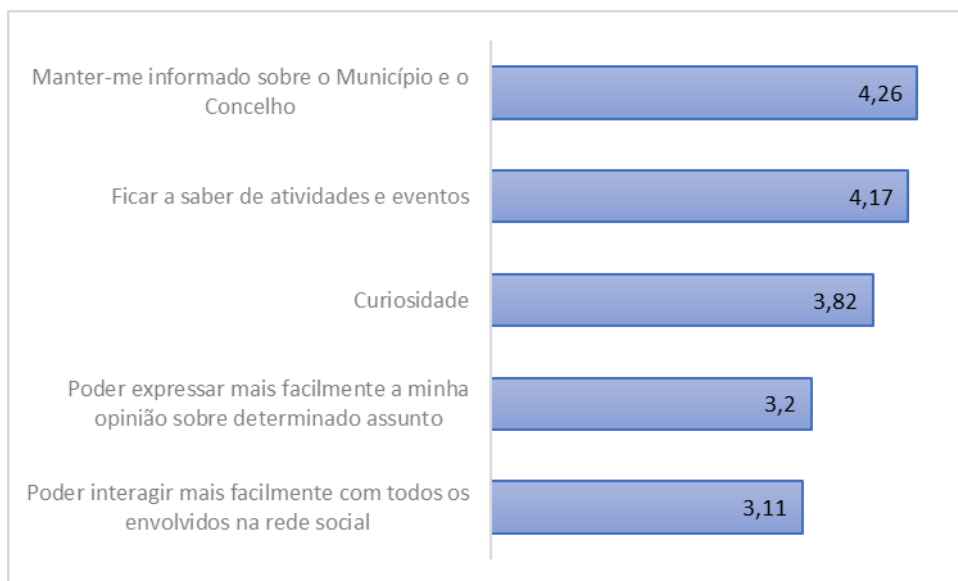


Gráfico 15
Razões que levaram os inquiridos a seguir a página do seu Município no Facebook

Quanto às razões que levaram os inquiridos a seguir a página do seu Município no Instagram constatou-se que as consideradas mais importantes, com pouca diferença entre elas no valor da média, foram “ficar a saber de atividades e eventos” e “manter-me informado sobre o Município e o Concelho”, e as consideradas menos importantes, à semelhança do Facebook, foram “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social” e “poder expressar mais facilmente a minha opinião sobre determinado assunto”.

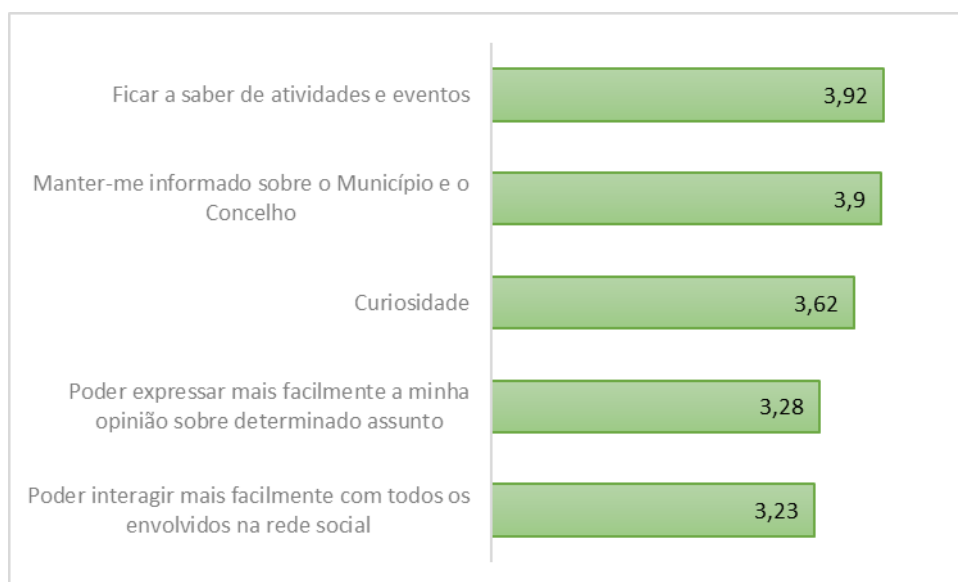


Gráfico 16
Razões que levaram os inquiridos a seguir a página do seu Município no Instagram

Com relação às razões que levaram os inquiridos a visitar o *website* do seu Município (“pesquisar/obter informação”, “procurar oportunidades de emprego”, “realizar trabalhos académicos”, “fazer uma sugestão e/ou reclamação” e “curiosidade”), depreendeu-se que a considerada mais importante, com uma diferença ainda significativa para as restantes razões, foi “pesquisar/obter informação”, e a considerada menos importante foi “realizar trabalhos académicos”. Cumpre ainda referir que essa diferença significativa no valor da média justificase pelo facto de na razão “pesquisar/obter informação” o maior número de inquiridos se concentrar no “importante” e no “muito importante”, mais especificamente trinta e nove (39) e trinta e sete (37) respetivamente, enquanto que nas restantes razões o número de inquiridos encontra-se mais distribuído.



Gráfico 17
Razões que levaram os inquiridos a visitar o *website* do seu Município

Quando questionados sobre as razões que os levaram a não seguir a página do seu Município no Facebook (“não me passou pela ideia”, “não acho necessário”, “não é algo que me interessa”, “nunca foi preciso”, “não possuo página no Facebook”, e “o Município não possui página no Facebook”), constatou-se que as consideradas mais importantes foram “nunca foi preciso” e “não me passou pela ideia”.

“O Município não possui página no Facebook” é a razão que apresenta menor média, podendo assim ser considerada a menos importante, o que pode ser justificado pelo facto dos Municípios efetivamente possuírem página no Facebook, o que levou conseqüentemente a que o maior número de inquiridos selecionassem, neste caso em específico, a opção “nada importante”.



Gráfico 18
Razões que levaram os inquiridos a não seguir a página do seu Município no Facebook

Relativamente às razões que levaram os inquiridos a não seguir a página do seu Município no Instagram, foi possível depreender, à semelhança do Facebook, que as consideradas mais importantes, com pouca diferença entre elas, foram “nunca foi preciso” e “não me passou pela ideia”. Também à semelhança do Facebook, “o Município não possui página no Instagram” é a razão que apresenta menor média, o que pode ser justificado pelo facto dos Municípios efetivamente possuírem página no Instagram, o que levou consequentemente a que o maior número de inquiridos seleccionassem, neste caso, a opção “nem muito nem pouco importante” seguido de “nada importante”.

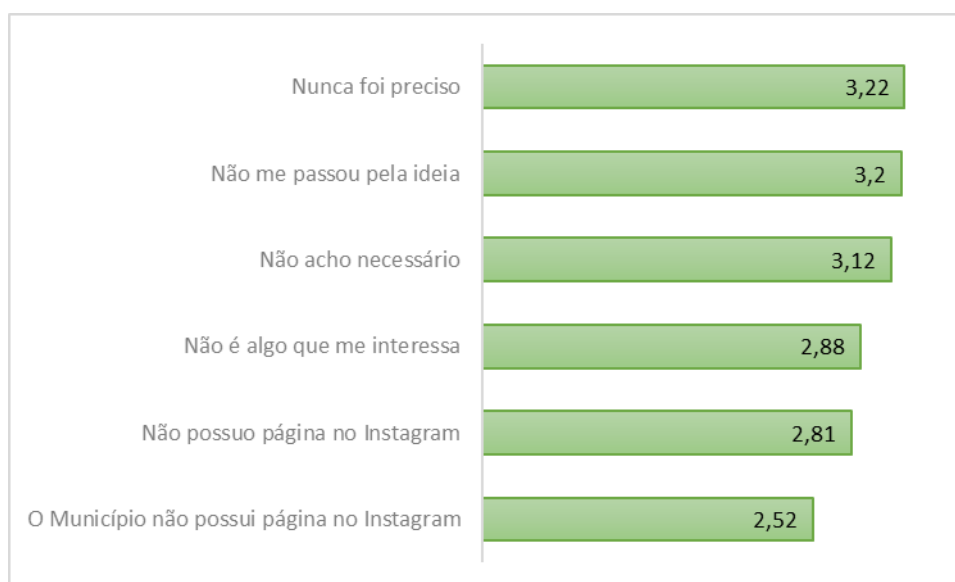


Gráfico 19
Razões que levaram os inquiridos a não seguir a página do seu Município no Instagram

Quanto à frequência com que os inquiridos procuram informação na página do Facebook, do Instagram e/ou no *website* do seu Município, a rede social Facebook é a mais utilizada diariamente, tendo sido referido por onze (11) dos inquiridos, e semanalmente, indicado por vinte e cinco (25) inquiridos. O *website* é mais utilizado ocasionalmente, tendo sido referido por sessenta e um (61) dos inquiridos, e mensalmente, indicado por cinco (5) inquiridos. O menos utilizado é a rede social Instagram, inclusive setenta e um (71) dos inquiridos referiram que nunca procuraram informação neste meio de comunicação *online*.

De salientar o facto de ter havido uma (1) resposta em branco relativamente à procura de informação no Instagram.

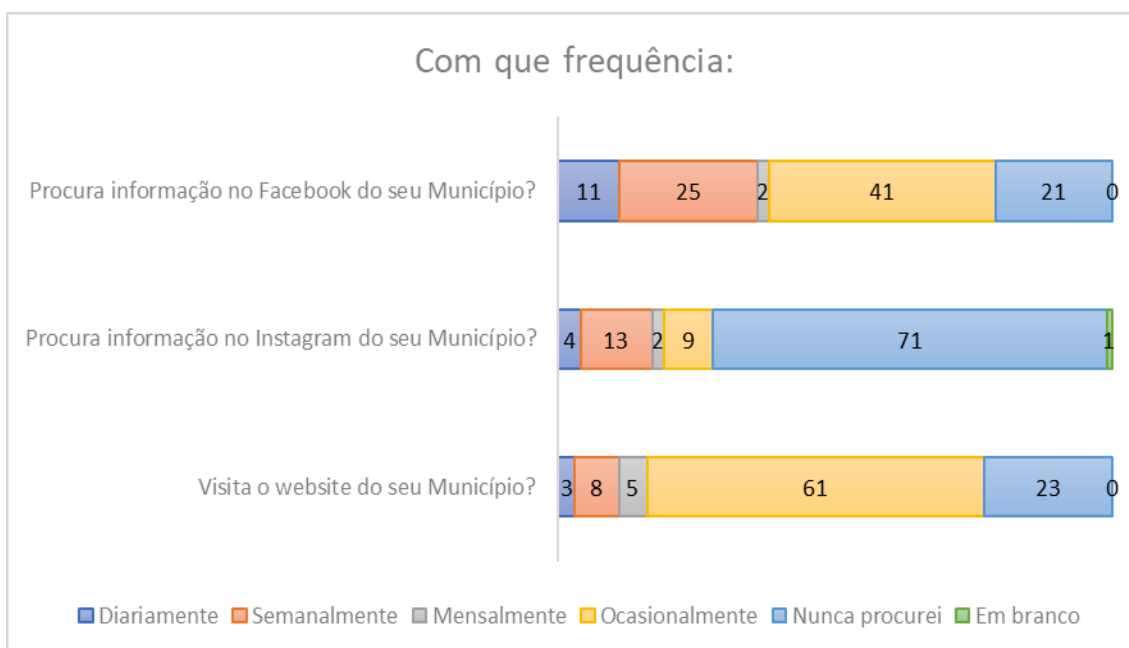


Gráfico 20
Procura de informação na página do Facebook, Instagram ou no *website* do Município e com que frequência

Quando questionados se seguem a página do Facebook de outro Município, cinquenta (50) inquiridos responderam que sim, enquanto que outros cinquenta (50) responderam que não. Relativamente a seguirem a página do Instagram, somente dez (10) dos inquiridos é que responderam que sim, pelo que noventa (90) indicaram que não. Quanto a visitarem o *website*, sessenta e um (61) dos inquiridos referiram que sim, enquanto que trinta e nove (39) indicaram que não.



Gráfico 21
Número de inquiridos que seguem a página no Facebook, Instagram e/ou visitaram o website de outro Município

Relativamente às razões que levaram os inquiridos a seguir a página de outro Município no Facebook (“ficar a saber de atividades e eventos”, “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”, “curiosidade” e “questões turísticas”), constatou-se, através do cálculo da média, e lembrando que para esse cálculo considerou-se que 1 = Nada importante”, 2 = “Pouco importante”, 3 = “Nem muito nem pouco importante”, 4 = “Importante” e 5 = “Extremamente importante”, que a considerada mais importante foi “ficar a saber de atividades e eventos”, e a considerada menos importante foi “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”.



Gráfico 22
Razões que levaram os inquiridos a seguir a página de outro Município no Facebook

Quanto às razões que levaram os inquiridos a seguir a página de outro Município no Instagram (“manter-me informado sobre o Município e o Concelho”, “ficar a saber de atividades e eventos”, “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”, “curiosidade” e “questões turísticas”), depreendeu-se que a considerada mais importante foi “questões turísticas”, e a considera menos importante foi “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”.

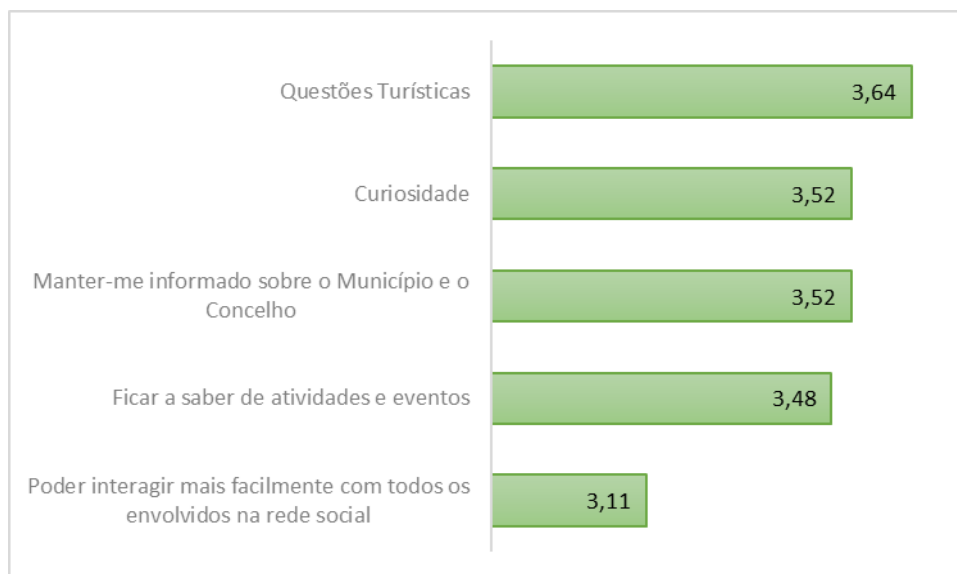


Gráfico 23

Razões que levaram os inquiridos a seguir a página de outro Município no Instagram

Com relação às razões que levaram os inquiridos a visitar o *Website* de outro Município (“pesquisar/obter informação”, “procurar oportunidades de emprego”, “realizar trabalhos académicos”, “curiosidade” e “questões turísticas”), foi possível depreender que as consideradas mais importantes foram “pesquisar/obter informação” e “questões turísticas”, e as consideradas menos importantes foram “procurar oportunidades de emprego” e “realizar trabalhos académicos”.

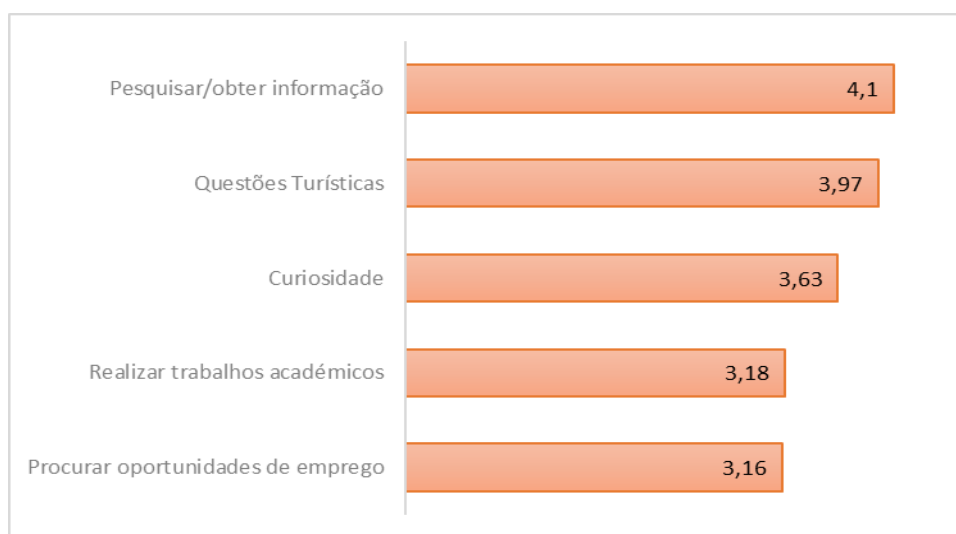


Gráfico 24

Razões que levaram os inquiridos a visitar o *website* de outro Município

Relativamente à frequência com que os inquiridos procuram informação na página do Facebook, do Instagram e/ou no *website* de outros Municípios, o *website* é o mais utilizado ocasionalmente, indicado por sessenta e três (63) inquiridos. O menos utilizado é a rede social Instagram, inclusive sessenta e cinco (65) dos inquiridos referiram que nunca procuraram informação neste meio de comunicação. O Facebook é o segundo meio de comunicação mais utilizado ocasionalmente, tendo sido indicado por cinquenta e quatro (54) inquiridos, e é o mais utilizado semanalmente, indicado por dez (10) dos inquiridos. De salientar o facto de ter havido uma (1) resposta em branco relativamente à procura de informação no Instagram.

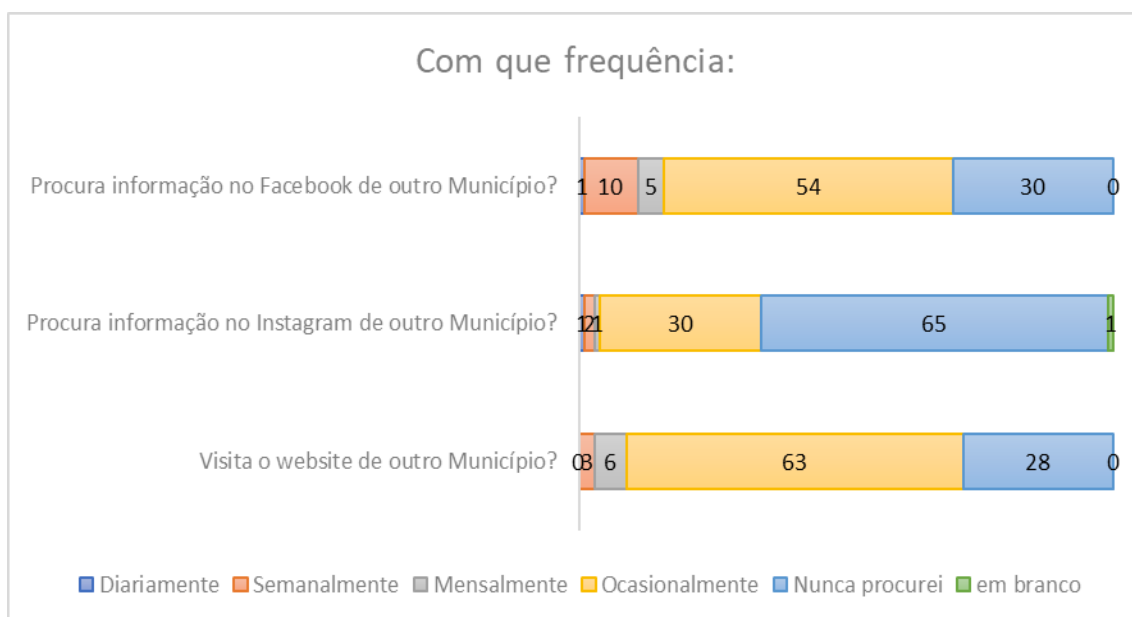


Gráfico 25
Procura de informação na página do Facebook, Instagram ou no *website* de outro Município e com que frequência

3.1.4. Avaliação da Satisfação

Quando questionados sobre como é que avaliavam alguns aspetos (“variedade/leque de informações”, “qualidade das informações divulgadas”, “âmbito das notícias”, “variedade de notícias”, “entretenimento/curiosidades”, “eventos”, “interatividade” e “periodicidade das atualizações”), relativamente à qualidade da página do Facebook do seu Município, constatou-se, no geral, que a grande maioria dos inquiridos se encontram satisfeitos.

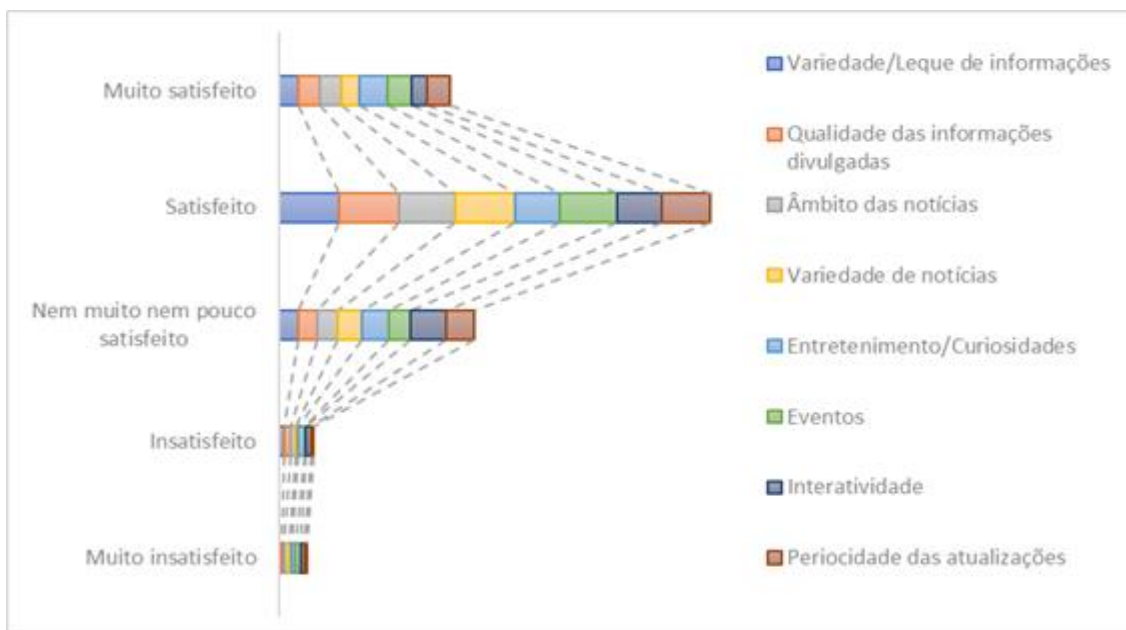


Gráfico 26
Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos à página dos Municípios no Facebook

Destaca-se especialmente, analisando com base no cálculo da média, e assumindo que para esse cálculo considerou-se que 1 = “Muito insatisfeito”, 2 = “Insatisfeito”, 3 = “Nem muito nem pouco satisfeito”, 4 = “Satisfeito” e 5 = “Muito satisfeito”, uma maior satisfação com os “eventos” e a “qualidade das informações divulgadas”, e uma menor satisfação com a “interatividade”.

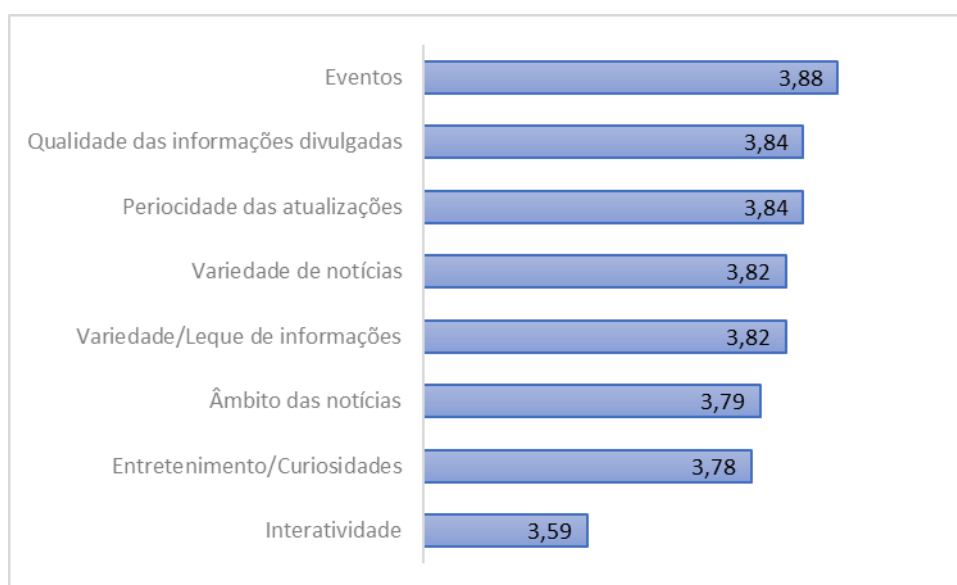


Gráfico 27
Média da avaliação da qualidade da página dos Municípios no Facebook

Explorando a relação entre a frequência com que procuram informação nesta rede social com o grau de satisfação foi possível depreender:

Tabela 18 - Relação entre a frequência com que os inquiridos procuram informação no Facebook e o grau de satisfação

Diariamente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade/leque de informações • Qualidade das informações divulgadas • Âmbito das notícias • Entretenimento/curiosidades • Eventos <p>Maior número de inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade de notícias • Interatividade <p>Metade dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periodicidade das atualizações
Semanalmente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade/leque de informações • Qualidade das informações divulgadas • Âmbito e Variedade das notícias • Eventos • Interatividade • Periodicidade das atualizações <p>Maior número de inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entretenimento/curiosidades
Mensalmente	<p>Totalidade dos inquiridos encontram-se “muito satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade/leque de informações • Qualidade das informações divulgadas • Entretenimento/curiosidades • Eventos • Periodicidade das atualizações <p>Metade dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” e a outra metade encontram-se “muito satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Âmbito e Variedade das notícias • Interatividade
Ocasionalmente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade/leque de informações • Qualidade das informações divulgadas • Âmbito e Variedade das notícias <p>Maior número de inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eventos • Periodicidade das atualizações <p>Maior número de inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entretenimento/curiosidades • Interatividade

Cruzando com a idade constatou-se que, relativamente à “**variedade/leque de informações**”, todas as faixas etárias se encontram “satisfeitas” à exceção do grupo etário dos 26-30 em que a maioria recai no “nem muito nem pouco satisfeito”. Quanto à “**qualidade das informações divulgadas**”, a maioria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 18-25 e os 31-40 encontram-se “satisfeitos”, enquanto que os das faixas etárias dos 26-30 e dos 51-60 encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos”. O número de inquiridos com idades compreendidas entre os 41-50 encontra-se repartido, sendo que um (1) inquirido encontra-se “insatisfeito”, dois (2) encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos”, três (3) encontram-se “satisfeitos” e dois (2) encontram-se “muito satisfeitos”.

Com relação ao “**âmbito**” e à “**variedade**” das notícias, dos 18-25, dos 31-40 e dos 51-60 a maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos”, dos 26-30 encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos”, e dos 41-50 o número de inquiridos encontra-se dividido, sendo que no caso do “**âmbito das notícias**” um (1) inquirido encontra-se “muito insatisfeito”, outro (1) encontra-se “insatisfeito”, outro (1) ainda encontram-se “nem muito nem pouco satisfeito”, três (3) encontram-se “satisfeitos” e dois (2) encontram-se “muito satisfeitos”; e no caso da “**variedade das notícias**”, um (1) inquirido encontra-se “insatisfeito”, três (3) encontram-se “nem muito nem pouco satisfeito”, dois (2) encontram-se “satisfeitos” e outros dois (2) encontram-se “muito satisfeitos”.

No que concerne o “**entretenimento/curiosidades**”, à semelhança do que se tem vindo a observar nas análises anteriores, nos 18-25 a maioria encontra-se “satisfeita”, e nos 26-30 encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos”. O que difere é o facto de que nos 31-40 e nos 51-60 existe um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos”, “satisfeitos” ou “muito satisfeitos”, e nos 41-50 existe um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” com o número de inquiridos que se encontram “muito satisfeitos”.

À semelhança do “**âmbito**” e da “**variedade**” das notícias, dos 18-25, dos 31-40 e dos 51-60 a maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com os “**eventos**”. Dos 26-30, contrariamente ao que se tem vindo a observar ao longo desta análise, neste aspeto existe um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” com o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos”. De igual modo que no “entretenimento/curiosidades”, também existe um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “muito satisfeitos”.

Relativamente à “**interatividade**” o maior número de inquiridos com idades compreendidas entre os 18-25 encontram-se “satisfeitos” com este aspeto, enquanto que os grupos etários dos 26-30 e dos 51-60 encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos”. Entre os 31-40 a maioria encontra-se “satisfeita”, e na faixa etária dos 41-50 existe um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos”.

Por último, quanto à “**periodicidade das atualizações**”, no grupo etários dos 18-25 metade dos inquiridos encontram-se “satisfeitos”, enquanto que nos 41-50 metade dos inquiridos encontra-se “nem muito nem pouco satisfeito”. Dos 26-30, tal como tem sido recorrente ao longo da análise, a maioria encontra-se “nem muito nem pouco satisfeita” enquanto que nos 51-60 a maioria encontra-se “satisfeita”. Na faixa etária dos 31-40 existe um empate entre o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “muito satisfeitos”.

Relativamente à avaliação de alguns aspetos referentes à qualidade da página do Instagram do seu Município, à semelhança do Facebook, a grande maioria, no geral, encontra-se satisfeita.

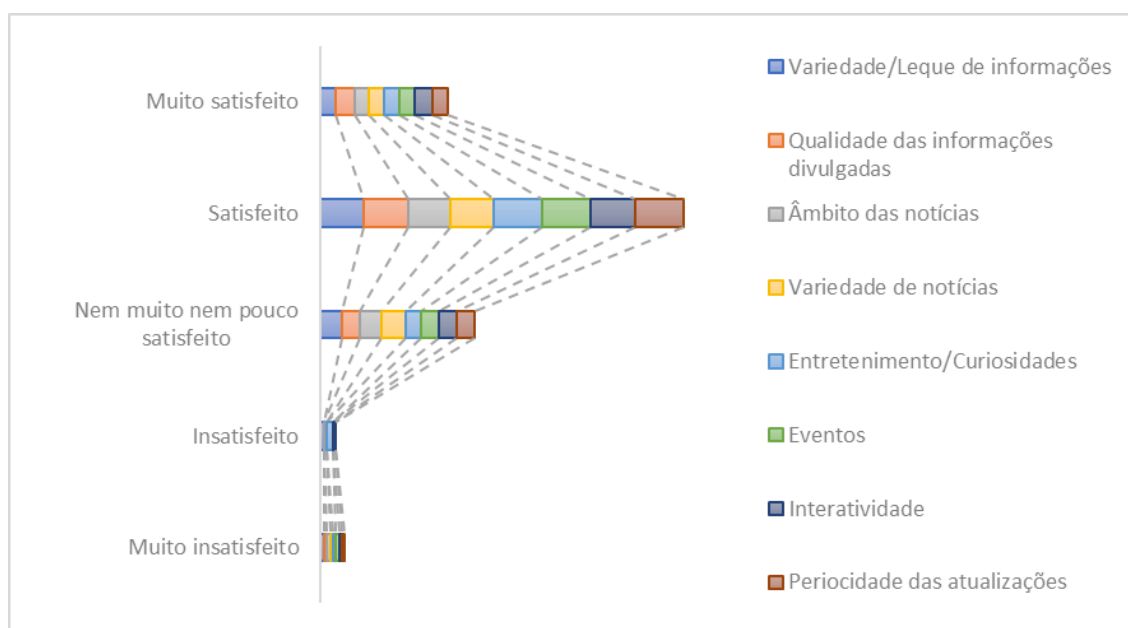


Gráfico 28
Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos à página dos Municípios no Instagram

Destaca-se especialmente, analisando com base na média, e relembrando que para esse cálculo considerou-se que 1 = “Muito insatisfeito”, 2 = “Insatisfeito”, 3 = “Nem muito nem pouco satisfeito”, 4 = “Satisfeito” e 5 = “Muito satisfeito”, uma maior satisfação com a “qualidade das informações divulgadas”, e uma menor satisfação com a “variedade/leque de informações” e com o “âmbito das notícias”.

Destaca-se ainda o facto da média de cada um dos aspetos não variar muito entre si, inclusive “periodicidade das atualizações” e “eventos”, e ainda “âmbito das notícias” e “variedade/leque de informações” apresentam as mesmas médias.

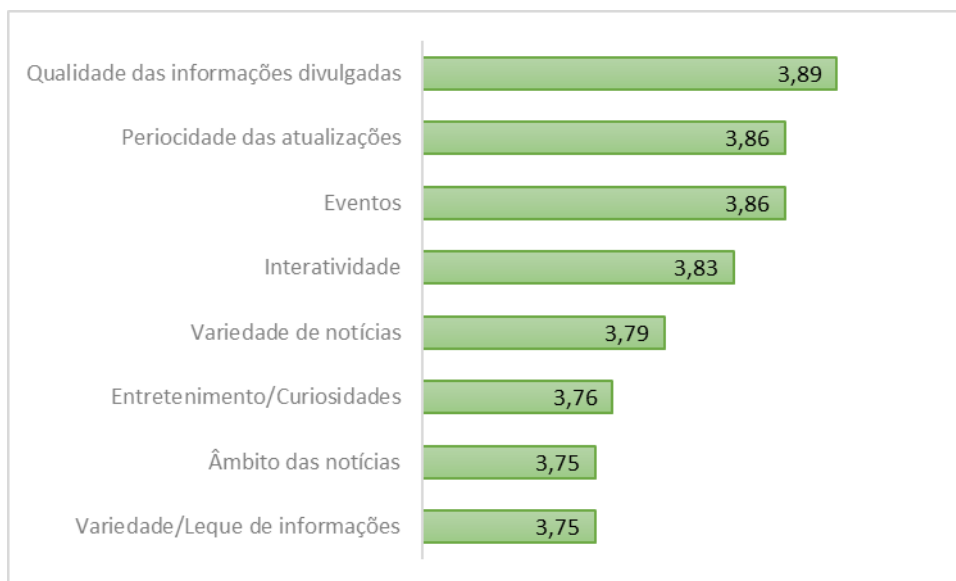


Gráfico 29
Média da avaliação da qualidade da página dos Municípios no Instagram

Explorando a relação entre a frequência com que procuram informação nesta rede social com o grau de satisfação foi possível depreender:

Tabela 19 - Relação entre a frequência com que os inquiridos procuram informação no Instagram e o grau de satisfação

Variedade/leque de informações	<ul style="list-style-type: none"> • O número de inquiridos que procuram informação “diariamente” encontra-se dividido entre “satisfeito” e “muito satisfeito”, enquanto que os que procuram “ocasionalmente” encontram-se divididos entre “nem muito nem pouco satisfeitos” e “satisfeitos”; • Maioria dos inquiridos que procuram informação “semanalmente” encontram-se “satisfeitos”; • Totalidade dos inquiridos que procuram informação “mensalmente” encontram-se “muito satisfeitos”.
Âmbito das notícias	
Qualidade das informações divulgadas	Exatamente igual às anteriores, à exceção de: <ul style="list-style-type: none"> • Em vez do número de inquiridos que procura informação “ocasionalmente” estar dividido entre “nem muito nem pouco satisfeito” e “satisfeito”, aqui a maioria recai em “satisfeito”.
Entretenimento/curiosidades	
Eventos	
Periodicidade das atualizações	
Variedade de notícias	Exatamente igual às anteriores, à exceção de: <ul style="list-style-type: none"> • A maioria dos inquiridos que procuram informação “ocasionalmente” encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos”.
Interatividade	

Cruzando com a idade constatou-se que, relativamente à “**variedade/leque de informações**” e ao “**âmbito**” e “**variedade**” das notícias, a maioria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 18-25 e os 31-40 encontram-se “satisfeitos”, no grupo etário dos 26-30 existe um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos”, e na faixa etária dos 41-50 a maioria encontra-se “nem muito nem pouco satisfeita”. No que concerne a “**qualidade das informações divulgadas**”, o “**entretenimento/curiosidades**”, os “**eventos**”, a “**interatividade**” e a “**periodicidade das atualizações**” constatou-se que a maioria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 18-25 e os 26-30 encontram-se “satisfeitos”, enquanto que, à semelhança da análise anterior, dos 31-40 a maioria encontra-se “muito satisfeita”, e dos 41-50 encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos”.

Quanto à avaliação de alguns aspetos (“*design do website*”, “conteúdos escritos”, “suportes visuais (imagens e/ou vídeos)”, “notícias”, “informações úteis”, “organização da informação”, “acessibilidade à informação”, “qualidade da informação”, “ferramentas de pesquisa” e “periodicidade das atualizações”), relativos à qualidade do *website* do seu Município, à semelhança do Facebook e do Instagram, a grande maioria, no geral, encontra-se satisfeita.

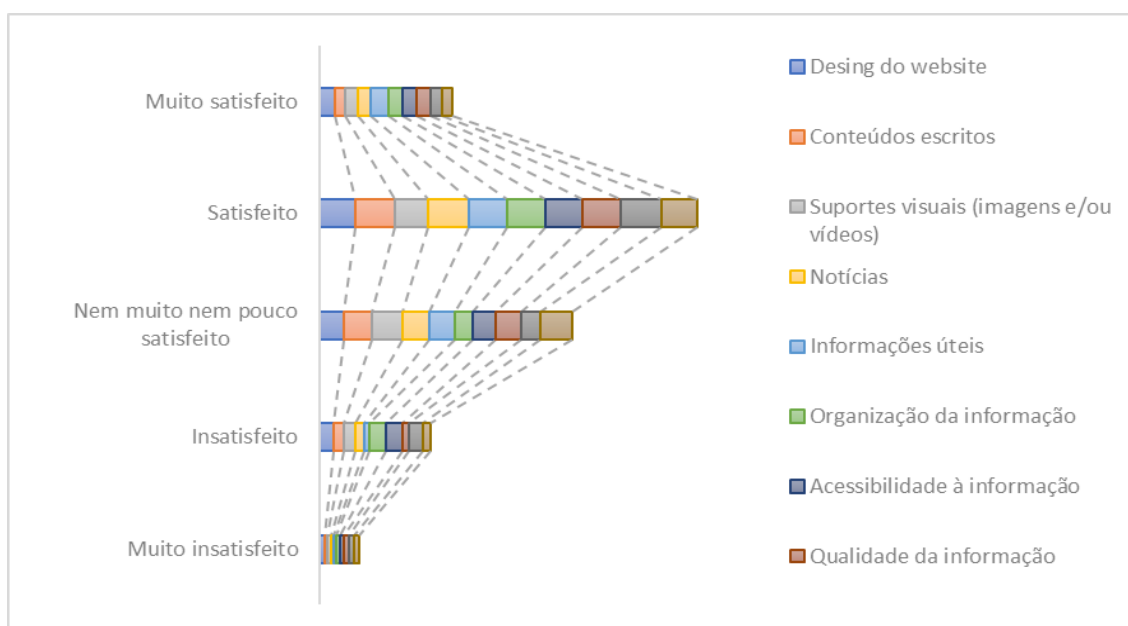


Gráfico 30
Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos ao *website* dos Municípios

Destaca-se especialmente, analisando com base na média, uma maior satisfação com as “informações úteis”, e uma menor satisfação com as “ferramentas de pesquisa”. Para além disso, salienta-se ainda a pouca diferença no valor da média entre os aspetos, inclusive “*design do website*” e “periodicidade das atualizações”, e “acessibilidade à informação”, “organização da informação” e “suportes visuais (imagens e/ou vídeos)” apresentam as mesmas médias.

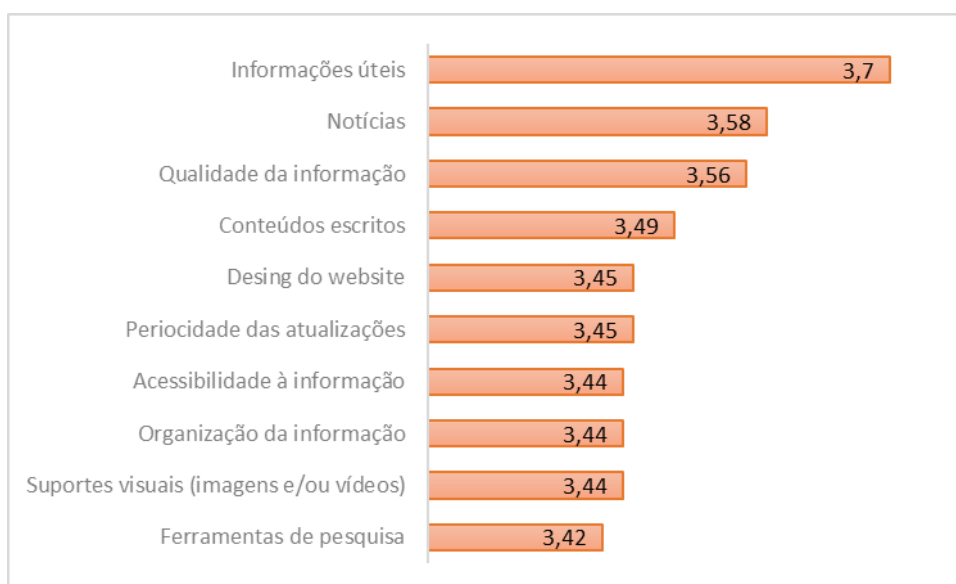


Gráfico 31
Média da avaliação da qualidade do *website* dos Municípios

Explorando a relação entre a frequência com que procuram informação neste meio de comunicação *online* com o grau de satisfação foi possível depreender:

Tabela 20 - Relação entre a frequência com que os inquiridos visitam o *website* institucional e o grau de satisfação

Diariamente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com todos os aspetos analisados.</p>
Semanalmente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “muito satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design do website • Organização da informação <p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas de pesquisa <p>Metade dos inquiridos encontram-se “muito satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conteúdos escritos • Notícias • Informações úteis • Qualidade da informação <p>Metade dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suportes visuais (imagens e/ou vídeos) • Acessibilidade à informação • Periodicidade das atualizações
Mensalmente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design do website • Notícias <p>Maioria dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acessibilidade à informação <p>Maior número de inquiridos encontram-se “muito satisfeitos” com:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Suportes visuais (imagens e/ou vídeos) • Informações úteis <p>Maior número de inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organização da informação • Ferramentas de pesquisa <p>Empate entre o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “muito satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualidade da informação <p>Empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “muito satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periocidade das atualizações <p>Empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conteúdos escritos
Ocasionalmente	<p>Maior número de inquiridos encontram-se “satisfeitos” com todos os aspetos analisados, contudo no aspeto “suportes visuais (imagens e/ou vídeos)” a diferença para o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” é de somente um (1).</p>

Cruzando com a idade constatou-se que:

Tabela 21 - Relação entre a idade e o grau de satisfação com o *website* institucional

18-25	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notícias • Qualidade da informação • Ferramentas de pesquisa <p>Maior número de inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design do website • Conteúdos escritos • Suportes visuais (imagens e/ou vídeos) • Informações úteis • Acessibilidade à informação • Periocidade das atualizações <p>Metade dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organização da informação
26-30	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informações úteis <p>Maioria dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design do website • Suportes visuais (imagens e/ou vídeos) • Notícias • Qualidade da informação • Periocidade das atualizações <p>Metade dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos”</p>

	<p>com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conteúdos escritos • Acessibilidade à informação <p>Maior número de inquiridos encontram-se “insatisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organização da informação <p>Empate entre o número de inquiridos que se encontram “insatisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas de pesquisa
<p style="text-align: center;">31-40</p>	<p>Empate entre o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “muito satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Design do website</i> • Informações úteis • Organização da informação <p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suportes visuais (imagens e/ou vídeos) <p>Maior número de inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conteúdos escritos • Notícias • Acessibilidade à informação • Qualidade da informação • Ferramentas de pesquisa • Periodicidade das atualizações
<p style="text-align: center;">41-50</p>	<p>Maior número de inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informações úteis • Ferramentas de pesquisa <p>Empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Design do website</i> • Suportes visuais (imagens e/ou vídeos) <p>Empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “muito satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notícias <p>Maioria dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periodicidade das atualizações <p>Maior número de inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conteúdos escritos • Organização da informação • Acessibilidade à informação • Qualidade da informação

3.1.5. Melhorias

Quando questionados sobre o que poderia melhorar na página do Facebook do seu Município a maior parte dos inquiridos, no geral, concordou em parte com as opções estabelecidas (“não há nada a melhorar”, “poderia ser mais fácil entender o conteúdo”, “os conteúdos podiam estar melhor organizados”, “poderiam adicionar mais detalhes e informações” e “poderia haver mais interatividade”), no entanto a diferença para o nem concordou nem discordou é pouca.

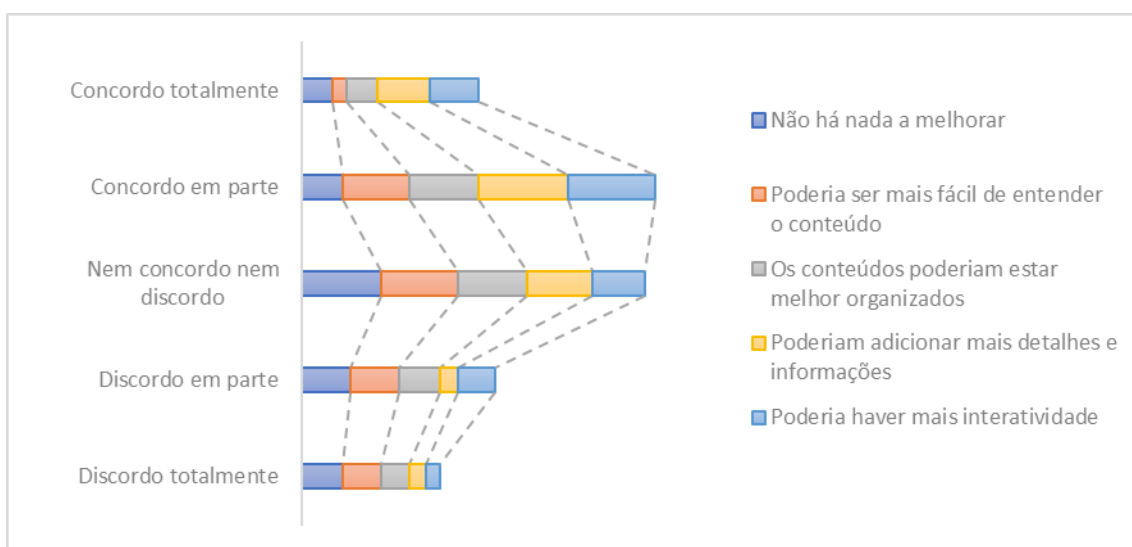


Gráfico 32
Avaliação das possíveis melhorias na página dos Municípios no Facebook

Destaca-se que o maior número de inquiridos “concordou em parte” que “poderia haver mais interatividade” e “poderiam adicionar mais detalhes e informações”, e “nem concordaram nem discordaram” que “poderia ser mais fácil de entender o conteúdo” e que “não há nada a melhorar”. Quanto a “os conteúdos poderiam estar melhor organizados” existe um empate entre o número de inquiridos que “nem concordou nem discordou” e o número de inquiridos que “concordou em parte”.

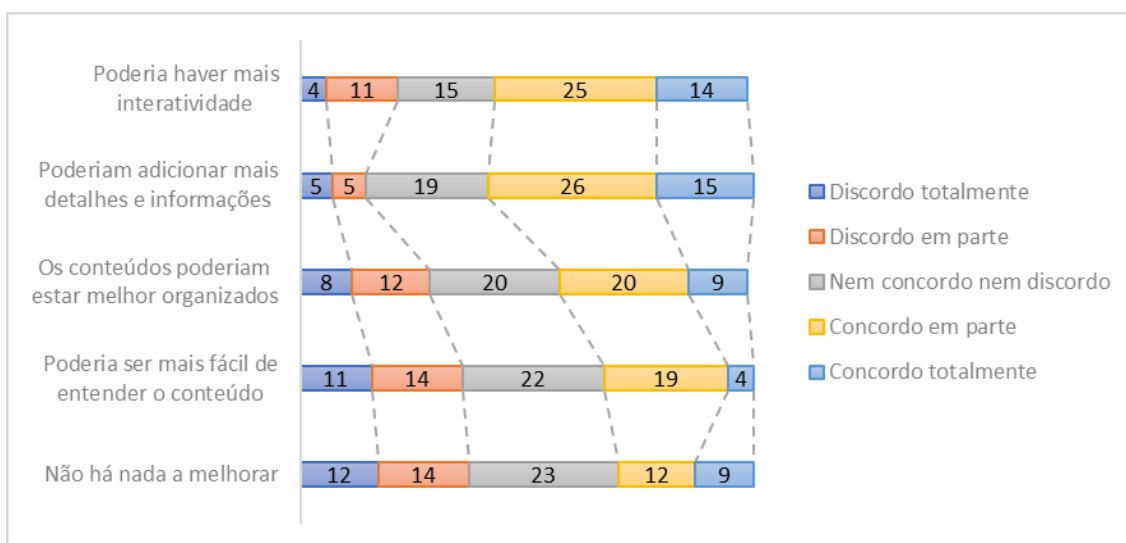


Gráfico 33
Possíveis melhorias na página dos Municípios no Facebook

Relativamente ao que poderia melhorar na página do Instagram do seu Município, a maior parte dos inquiridos “nem concordou nem discordou” com as opções estabelecidas, não sendo possível, dessa forma, destacar algum aspeto em específico.

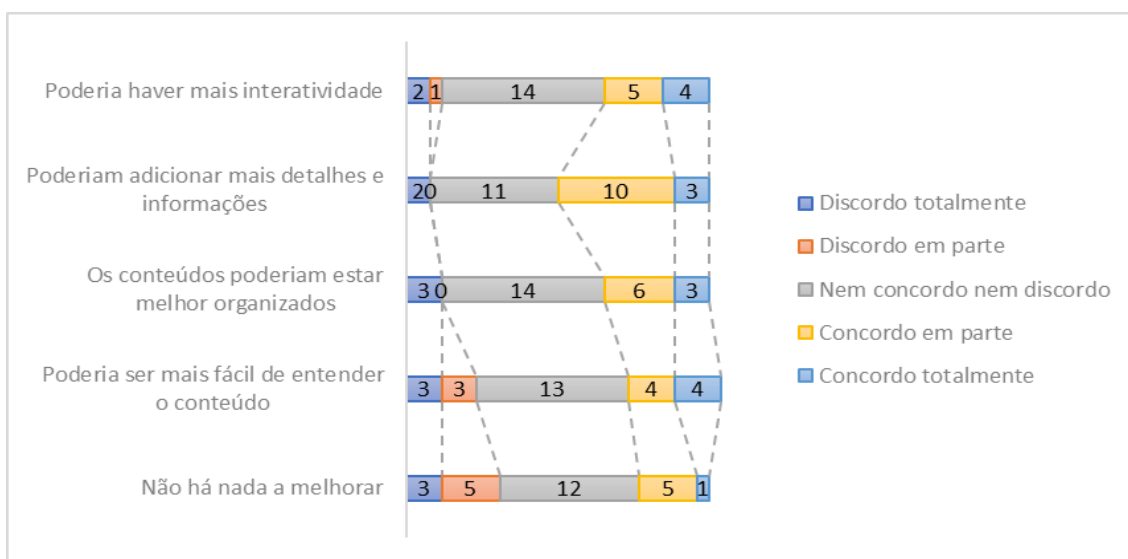


Gráfico 34
Possíveis melhorias na página dos Municípios no Instagram

Quanto ao que poderia melhorar no *website* do seu Município, a maior parte dos inquiridos concordou em parte com as opções estabelecidas (“não há nada a melhorar”, “poderia ser mais fácil de encontrar o que preciso”, “poderia ser mais fácil de entender o conteúdo”, “os conteúdos poderiam estar melhor organizados”, “poderiam adicionar mais detalhes e informações”, “poderia ter um *layout* ou *design* melhor” e “poderia ser mais divulgado junto da população”), no entanto, à semelhança do Facebook, a diferença para o nem concordou nem discordou é pouca.

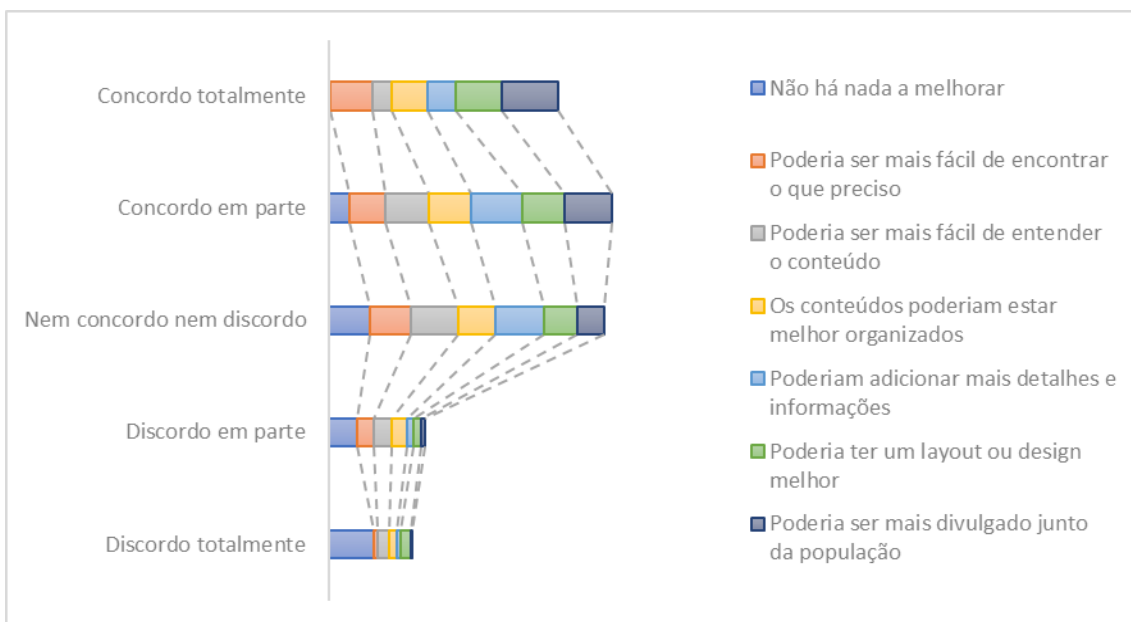


Gráfico 35
Avaliação das possíveis melhorias no *website* dos Municípios

Destaca-se que o maior número de inquiridos “concorda totalmente” que “poderia ser mais divulgado junto da população”, “poderia ter um *layout* ou *design* melhor” e “poderia ser mais fácil de encontrar o que preciso”; “concorda em parte” que “poderiam adicionar mais detalhes e informações” e “os conteúdos poderiam estar melhor organizados”; e “nem concorda nem discorda” que “poderia ser mais fácil de entender o conteúdo” e “não há nada a melhorar”.

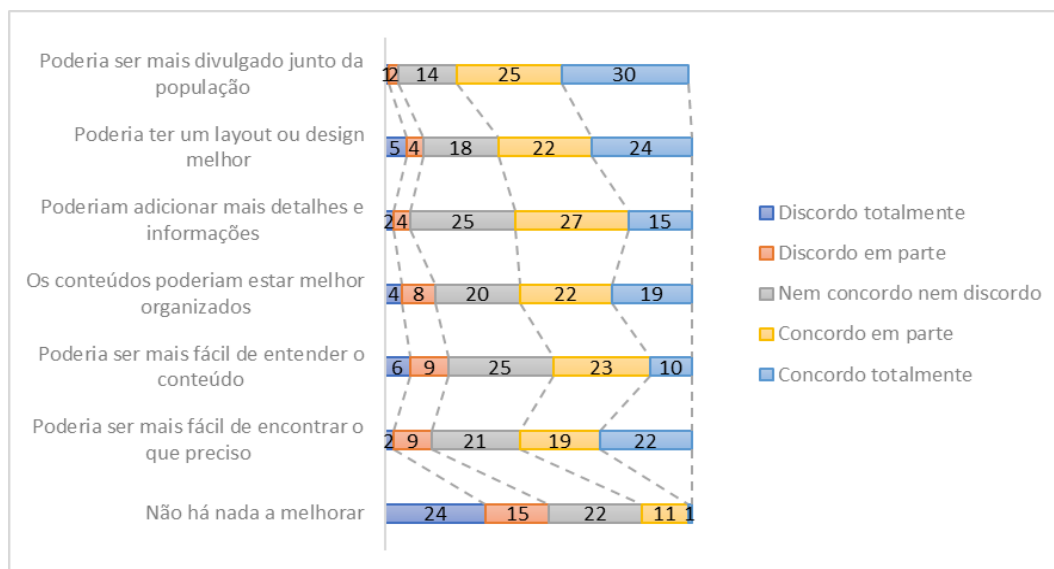


Gráfico 36
Possíveis melhorias no *website* dos Municípios

3.2. Análise referente a Oliveira de Frades

3.2.1. Caracterização da Amostra

Trinta e seis (36) dos inquiridos, como referido nos dados anteriormente apresentados, são residentes em Oliveira de Frades (OF). Vinte e seis (26) desses inquiridos correspondem a indivíduos do sexo feminino e dez (10) correspondem a indivíduos do sexo masculino, com idades compreendidas entre os vinte e dois (22) e os cinquenta e seis (56) anos. De destacar que a maioria dos inquiridos têm idades compreendidas entre os vinte e dois (22) e os vinte e cinco (25) anos, mais especificamente vinte (20) dos inquiridos, e o menor número recai entre os vinte e seis (26) e os trinta (30) anos, contando somente com dois (2) inquiridos.

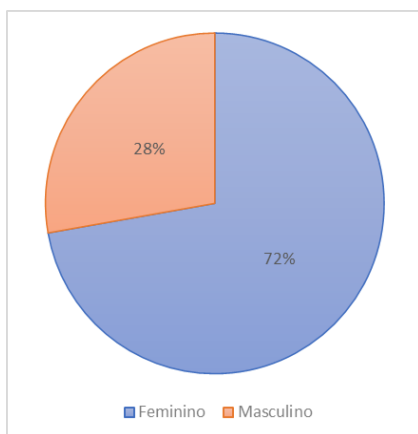


Gráfico 37
Caracterização da amostra por género

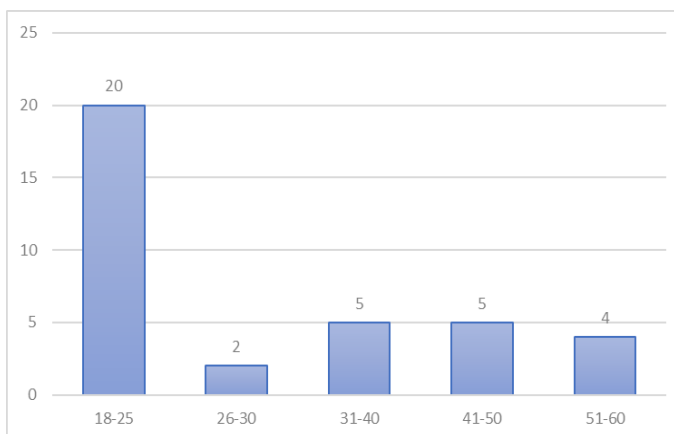


Gráfico 38
Caracterização da amostra por grupo etário

Relativamente às habilitações literárias os números encontram-se empatados tanto entre “ensino secundário” e “licenciatura”, contando com catorze (14) inquiridos em cada, como entre “ensino básico” e “mestrado”, contando com quatro (4) inquiridos em cada. Quanto à situação laboral, a maior parte dos inquiridos, mais especificamente dezanove (19), é “empregado por conta de outrem” e o menor número recai sobre “trabalhador estudante”, “desempregado” e “reformado” contando com apenas um (1) inquirido em cada.

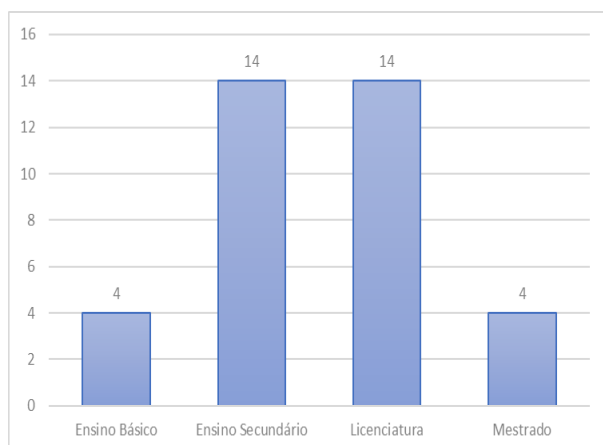


Gráfico 39
Caracterização da amostra por habilitações literárias

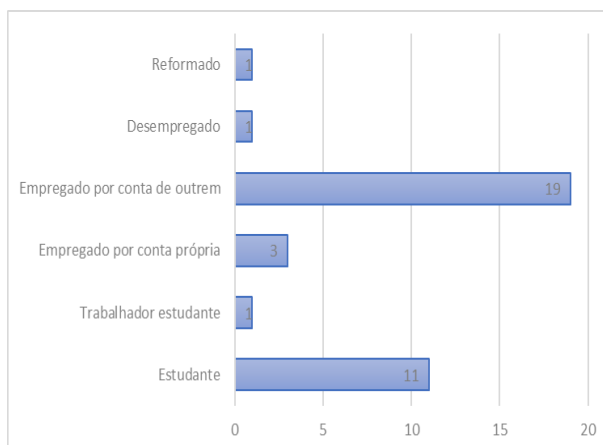


Gráfico 40
Caracterização da amostra por situação laboral

3.2.2. Meios de Comunicação *Online*

Quando questionados sobre a importância que atribuem aos meios de comunicação *online*, metade dos inquiridos, mais especificamente dezoito (18), consideraram “importante”, catorze (14) consideraram “muito importante”, três (3) consideraram “nem muito nem pouco importante”, somente um (1) considerou “pouco importante” e nenhum (0) considerou “nada importante”.

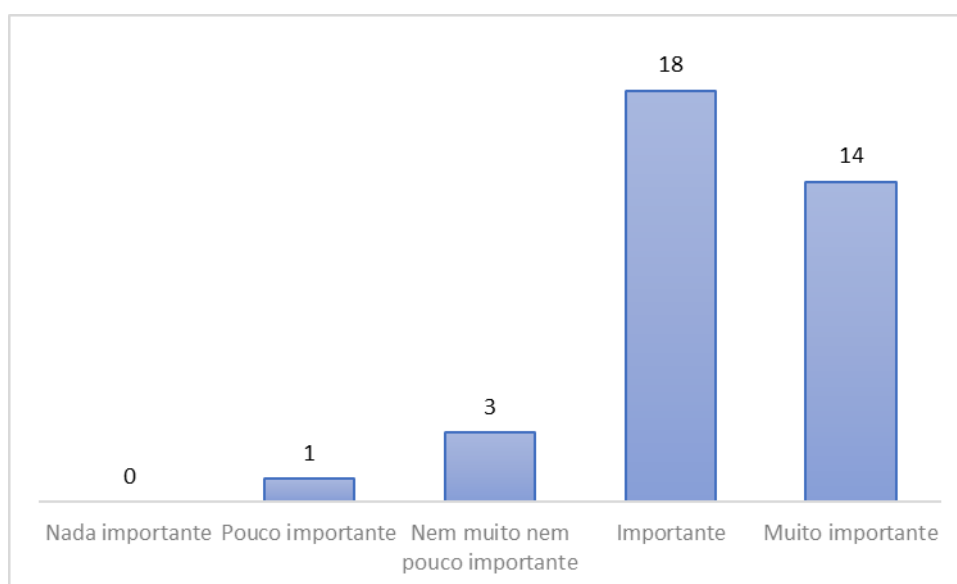


Gráfico 39
Importância atribuída, pelos inquiridos residentes em OF, aos meios de comunicação *online*

Correlacionando os dados anteriores com os dados relativos à idade foi possível depreender que, à semelhança da análise geral, a maioria dos inquiridos com idade compreendida entre os 18-25 consideram os meios de comunicação *online* “importantes”, enquanto que a faixa etária dos 26-30 e dos 31-40 consideram “muito importantes”. O que difere da análise geral é que no grupo etário dos 41-50, em vez de o maior número de inquiridos considerar estes meios de comunicação “importantes”, nesta o maior número considera “muito importante”. Para além disso, o inquirido que considerou “pouco importante” tem idade compreendida entre os 51-60.

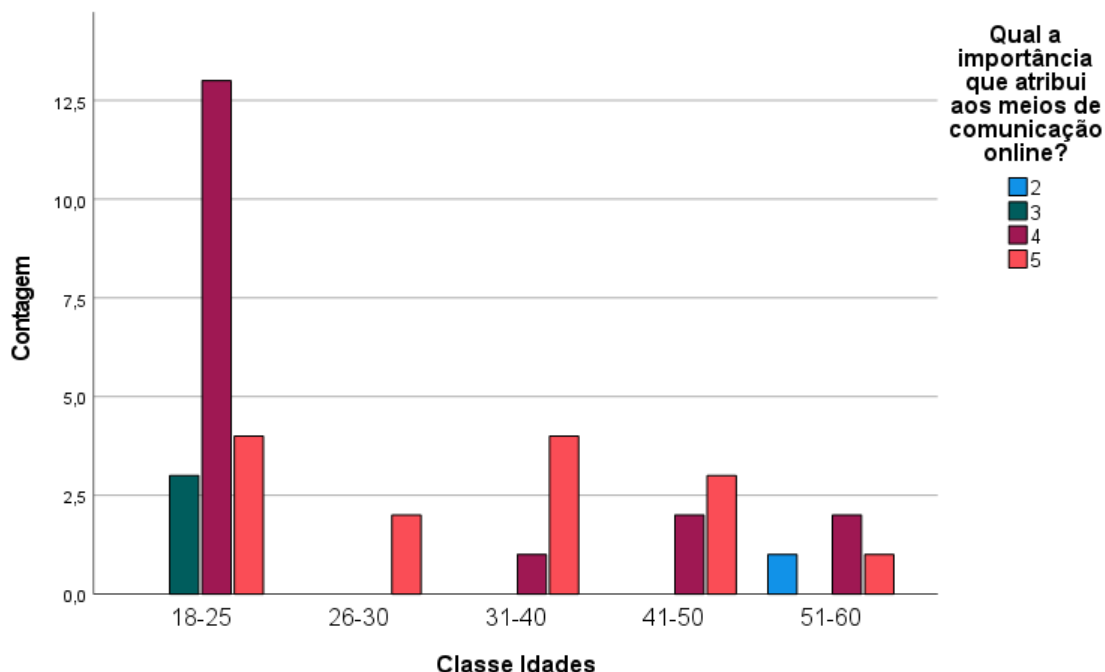


Gráfico 40
Importância atribuída, pelos inquiridos residentes em OF, aos meios de comunicação *online* por grupo etário

Quando se analisa com base nas habilitações literárias, as conclusões são iguais às retiradas na análise geral, sendo que nesta também a maior parte dos inquiridos que possuem “mestrado” considera os meios de comunicação *online* “muito importantes”, enquanto que os inquiridos que possuem o “ensino secundário” e “licenciatura” consideram “importante”, ainda que neste último a diferença entre o número de inquiridos que consideram “importante” e o número de inquiridos que consideram “muito importante” seja pouca, mais especificamente um (1) inquirido de diferença.

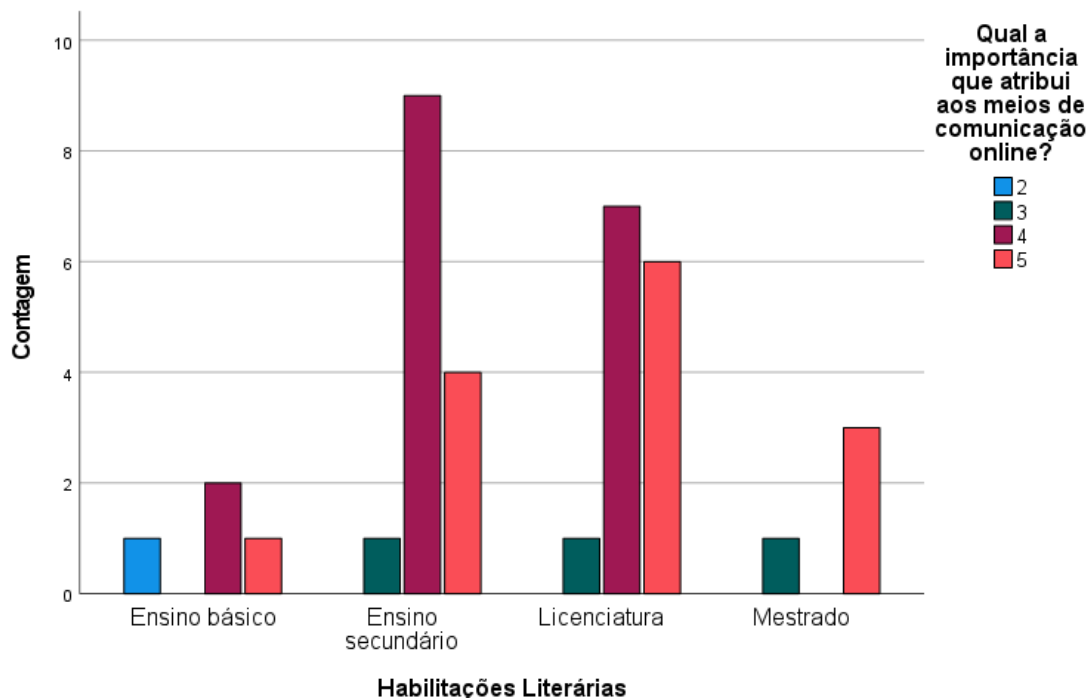


Gráfico 41

Importância atribuída, pelos inquiridos residentes em OF, aos meios de comunicação *online* por habilitação literária

Correlacionando com a situação laboral, de salientar que a totalidade dos inquiridos “desempregados” e “trabalhadores-estudantes”, no caso um (1) inquirido em cada, o maior número de inquiridos “empregados por conta de outrem” e a maioria dos inquiridos “estudantes” consideram os meios de comunicação *online* “importantes”, enquanto que a maioria dos inquiridos “empregados por conta de outrem” e a totalidade dos inquiridos “reformados”, no caso um (1) inquirido, consideram-nos “muito importantes”.

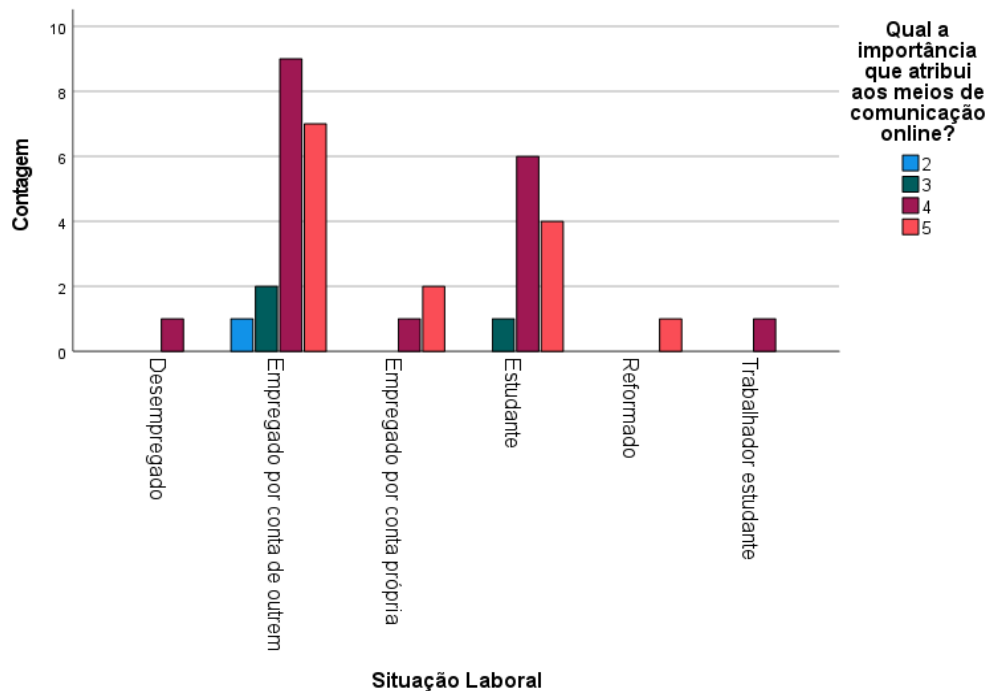


Gráfico 42

Importância atribuída, pelos inquiridos residentes em OF, aos meios de comunicação *online* por situação laboral

Relativamente aos meios de comunicação *online* que utilizam (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, WhatsApp, Messenger, Skype, Snapchat, Pinterest, Mail, Websites), e com que frequência, verificou-se que a rede social mais utilizada é o Facebook, sendo que é utilizada diariamente por trinta e dois (32) dos inquiridos, seguido do Messenger, que é utilizado diariamente por vinte e nove (29) inquiridos. À semelhança da análise geral, o Snapchat também é o meio de comunicação *online* menos utilizado pelos inquiridos, sendo que vinte e seis (26) referiram que não o utilizavam, e inclusive nenhum inquirido indicou que o utilizava diariamente, seguido do Twitter, que não é utilizado por vinte e três (23) dos inquiridos.

Quando analisado com base nos grupos etários destaca-se somente que o Facebook não é o meio de comunicação mais utilizado diariamente pela faixa etária dos 26-30, uma vez que só um inquirido é que referiu que o utilizava diariamente, enquanto que o Mail, o Messenger e o WhatsApp é utilizado diariamente pela totalidade dos inquiridos, mais especificamente dois (2). Para além disso, o número de inquiridos com idades compreendidas entre os 31-40 que utilizam o Mail é superior ao número de inquiridos que utiliza o Messenger.

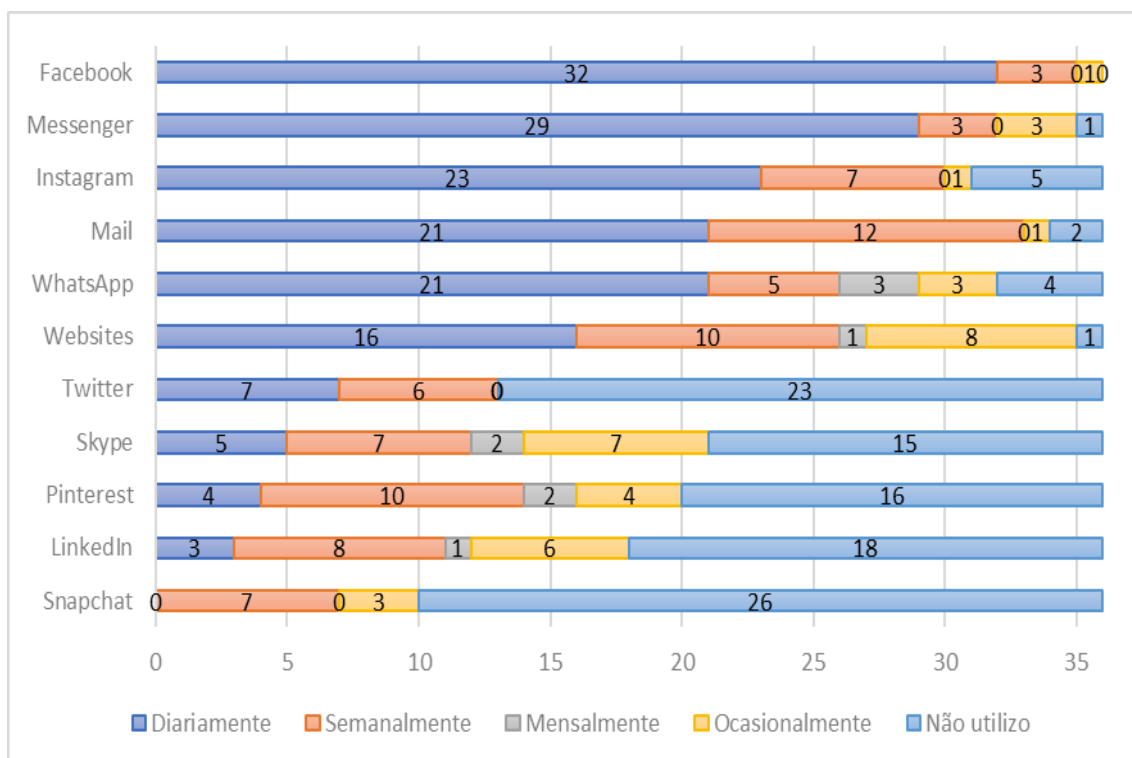


Gráfico 43

Meios de comunicação *online* utilizados pelos inquiridos residentes em OF e com que frequência

Quanto à finalidade dada a estes meios de comunicação, constatou-se, através do cálculo da média, e lembrando que para esse cálculo considerou-se que 1 = “Nunca”, 2 = “Raramente”, 3 = “Algumas Vezes”, 4 = “Quase Sempre” e 5 = “Sempre”, que estes são mais utilizados para “comunicação” e para “manter-me informado sobre o que se passa ao meu redor”, e são menos utilizados para “estudo”.



Gráfico 44
Finalidade dada, pelos inquiridos residentes em OF, aos meios de comunicação *online*

Quando analisado com base nos grupos etários destaca-se que, enquanto a maioria utiliza “quase sempre” estes meios de comunicação para “lazer e entretenimento”, na faixa etária dos 26-30 existe um empate entre “quase sempre” e “sempre”, e a maioria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 31-40, mais especificamente três (3) em cinco (5), utilizam “sempre” para esta finalidade.

Com relação à finalidade “comunicação” salienta-se o facto da maioria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 18-25 e os 51-60 referirem que utilizam “quase sempre” para esta finalidade, enquanto que a maioria dos inquiridos na faixa etária dos 41-50 indicaram que utilizavam “sempre”. Ainda relativamente a esta finalidade, existe um empate, na faixa etários dos 26-30 entre o número de inquiridos que utilizam “quase sempre” e “sempre” e no grupo etário dos 31-40 existe um empate entre o número de inquiridos que utilizam “algumas vezes” e “sempre”.

Quanto a “partilhar informação”, ao contrário da análise geral em que a maioria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 41-50 indicou que utilizava “quase sempre” para esta finalidade, nesta o maior número de inquiridos referiu que “raramente” utilizava para este fim.

À semelhança da análise geral, o dispositivo mais utilizado diariamente pelos inquiridos é o telemóvel, tendo sido referido por trinta e cinco (35) dos inquiridos, e o menos utilizado é o computador fixo dado que quinze (15) dos inquiridos referiram que não possuem este dispositivo e somente sete (7) inquiridos é que referiram que o utilizam diariamente, seguido do tablet, que é utilizado diariamente por cinco (5) inquiridos, e catorze (14) referiram que não possuem este dispositivo.

De salientar que houve três (3) respostas em branco relativamente à utilização de computador portátil, quatro (4) relativamente à utilização de computador fixo e três (3) relativamente à utilização de tablet, dados esses que devem ser tidos em atenção quando se analisa.

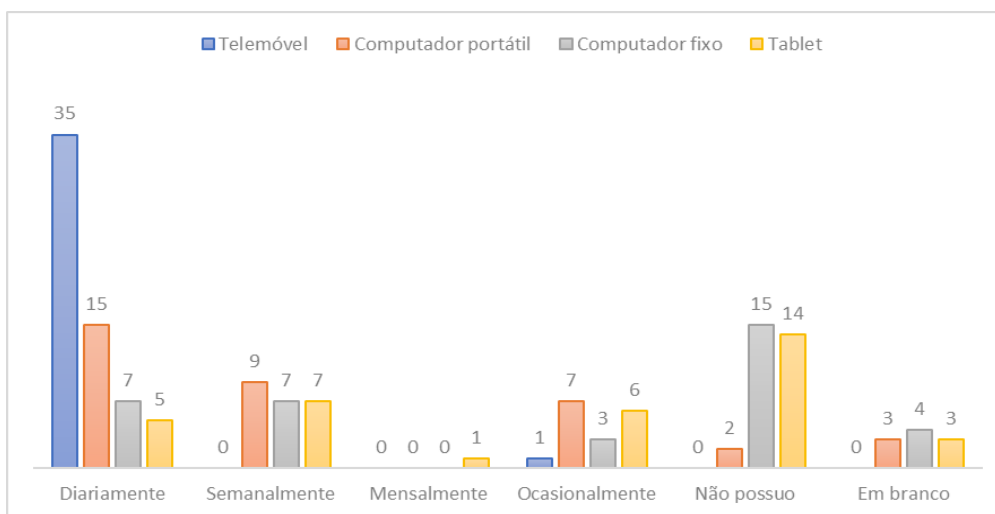


Gráfico 45
Dispositivos utilizados, pelos inquiridos residentes em OF, para aceder aos meios de comunicação online e com que frequência

3.2.3. Meios de Comunicação Online nos Municípios

Trinta e dois (32) inquiridos seguem a página do Município de Oliveira de Frades no Facebook, vinte e oito (28) já visitaram o *website* do Município e treze (13) seguem a página do Instagram. De destacar que dois (2) dos inquiridos referiram que o município não possui página no Instagram, o que não se verifica uma vez que o Município de Oliveira de Frades possui efetivamente página nessa rede social.

Quando analisado com base nos grupos etários, destaca-se especialmente que dos quatro (4) inquiridos que referiram que não seguem a página do Município no Facebook, dois (2) têm idades compreendidas entre os 18-25 e os outros dois (2) têm idades compreendidas entre os 51-60. Relativamente ao Instagram, a maioria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 18-25 e a totalidade dos inquiridos pertencentes ao grupo etário dos 51-60 não seguem a página do Município no Instagram, enquanto que a totalidade dos inquiridos com idades compreendidas entre os 26-30 e a maioria dos inquiridos pertencentes à faixa etária dos 31-40 seguem a página do Município no Instagram. Quanto ao website salienta-se o facto de a maioria dos inquiridos dos grupos etários dos 18-25 e dos 31-40 e a

totalidade dos inquiridos com idades compreendidas entre os 26-30 e os 41-50 já visitaram o *website* do Município, enquanto que a maioria dos inquiridos pertencentes à faixa etária dos 51-60 indicaram que não visitaram o *website* do Município de Oliveira de Frades.



Gráfico 46
Número de inquiridos residentes em OF que seguem a página do Município no Facebook e Instagram e/ou visitaram o *website* institucional

Relativamente às razões que levaram os inquiridos a seguir a página do Município no Facebook, foi possível depreender, através do cálculo da média, e relembrando que para esse cálculo considerou-se que 1 = “Nada importante”, 2 = “Pouco importante”, 3 = “Nem muito nem pouco importante”, 4 = “Importante” e 5 = “Extremamente importante”, que à semelhança da análise geral, as consideradas mais importantes foram “manter-me informado sobre o Município e o Concelho” e “ficar a saber de atividade e eventos”, e as consideradas menos importantes foram “poder expressar mais facilmente a minha opinião sobre determinado assunto” e “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”.

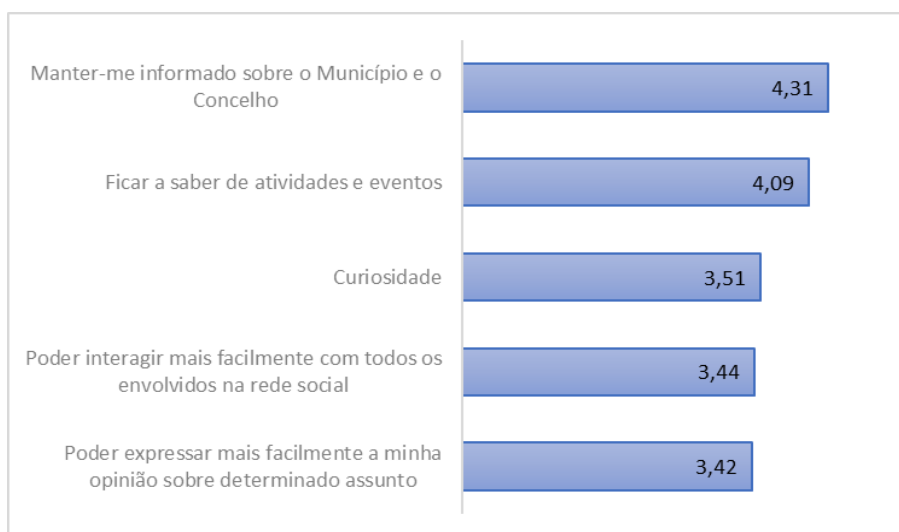


Gráfico 47
Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a seguir a página do Município no Facebook

Com relação às razões que levaram os inquiridos a seguir a página do Município no Instagram, depreendeu-se que as consideradas mais importantes foram “ficar a saber de atividades e eventos” e “manter-me informado sobre o Município e o Concelho”, inclusive ambas apresentam a mesma média. De igual modo, uma vez que também apresentam a mesma média, as consideradas menos importantes foram “poder expressar mais facilmente a minha opinião sobre determinado assunto” e “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”.

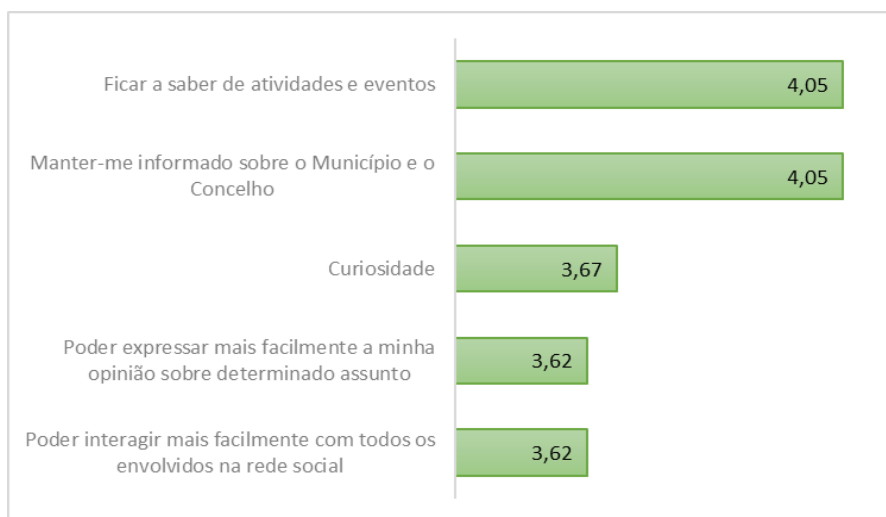


Gráfico 48
Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a seguir a página do Município no Instagram

Quanto às razões que levaram os inquiridos a visitar o *website* do Município constatou-se que a considerada mais importante foi “pesquisar/obter informação”, e a considerada menos importante foi “realizar trabalhos académicos”. De destacar ainda, embora com uma diferença significativa nas médias, a razão “fazer uma sugestão e/ou reclamação”, que é a segunda a apresentar média mais alta, e a razão “curiosidade”, que é a segunda a apresentar média mais baixa.

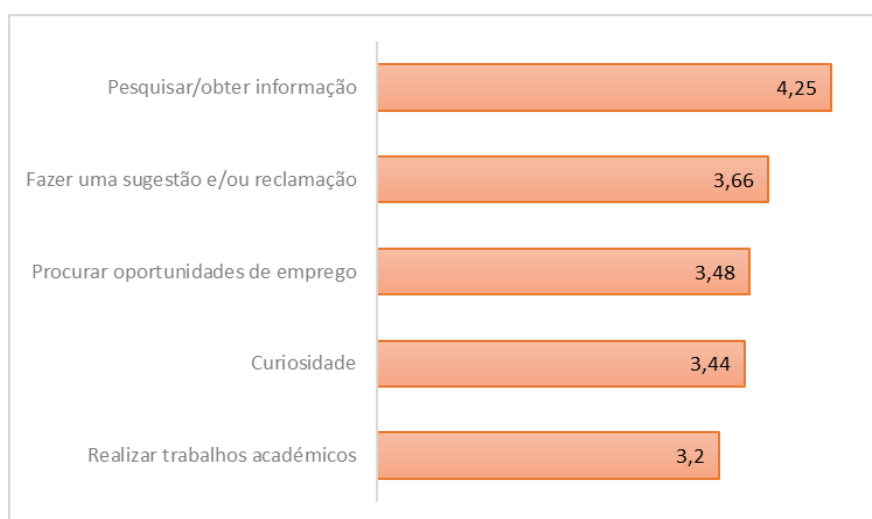


Gráfico 49
Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a visitar o *website* do Município

Relativamente às razões que levaram os inquiridos a não seguir a página do Município no Facebook depreendeu-se que as consideradas mais importantes foram “nunca foi preciso” e, ainda que com uma diferença significativa no valor da média, “não me passou pela ideia”. “O Município não possui página no Facebook” é a razão que apresenta menor média, e dessa forma pode ser considerada a menos importante, o que pode ser justificado pelo facto de o Município efetivamente possuir página no Facebook, o que faz com que os inquiridos considerem então esta razão “nada importante” ou “pouco importante”.



Gráfico 50
Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a não seguir a página do Município no Facebook

Com relação às razões que levaram os inquiridos a não seguir a página do Município no Instagram, foi possível constatar que, à semelhança do Facebook, as consideradas mais importantes foram “nunca foi preciso” e “não me passou pela ideia”. Diferentemente da análise relativa ao Facebook, em que a considerada menos importante foi “o Município não possui página no Facebook”, aqui a considerada menos importante foi “não é algo que me interessa”.

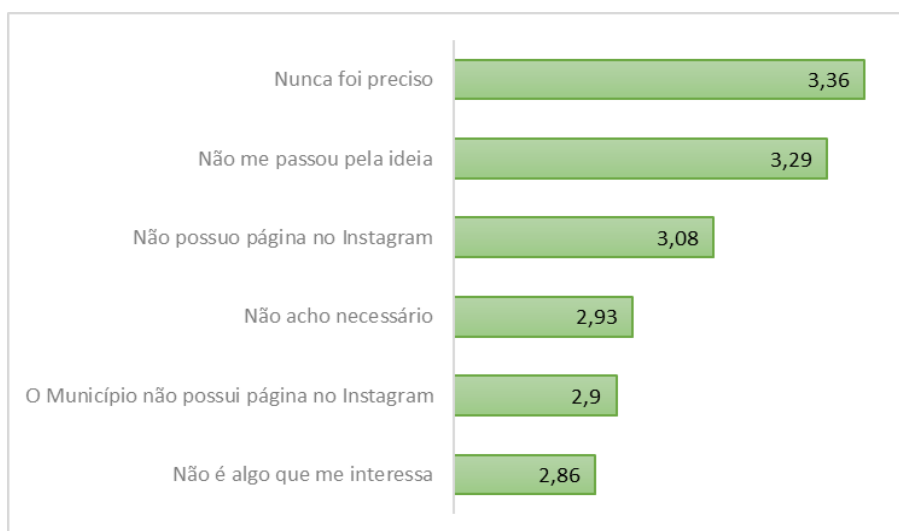


Gráfico 51
Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a não seguir a página do Município no Instagram

Quanto à frequência com que procuram informação na página do Facebook, do Instagram e/ou no *website* do Município, o Facebook é a rede social mais usada “diariamente”, tendo sido referido por oito (8) dos inquiridos, e “semanalmente”, tendo sido referido por onze (11) inquiridos. O mais utilizado “ocasionalmente” é o *website*, tendo sido referido por vinte e dois (22) dos inquiridos, e o menos utilizado é o Instagram, sendo que vinte (20) dos inquiridos indicaram que nunca procuraram informação nesta rede social.

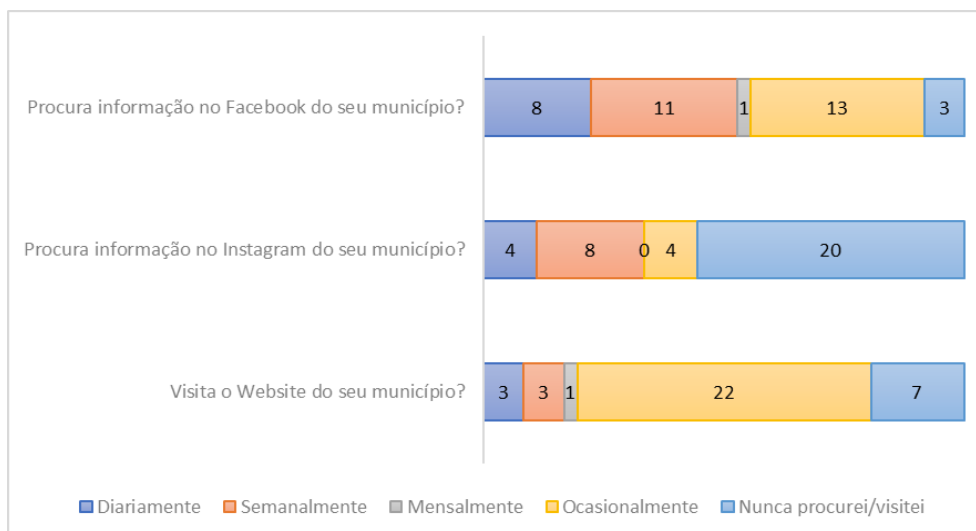


Gráfico 52
Procura de informação, por parte dos inquiridos residentes em OF, na página do Facebook, Instagram ou no *website* do Município e com que frequência

Quando questionados se já visitaram o *website* de outro Município, vinte e quatro (24) dos inquiridos responderam que sim, pelo que doze (12) indicaram que não. Relativamente a seguirem a página do Facebook, dezanove (19) dos inquiridos referiram que sim, pelo que dezassete (17) responderam que não. Quanto a seguirem a página do Instagram, sete (7) inquiridos indicaram que sim, pelo que vinte e nove (29) referiram que não seguiam.



Gráfico 53
Número de inquiridos, residentes em OF, que seguem a página no Facebook, Instagram e/ou visitaram o *website* de outro Município

Quanto às razões que levaram os inquiridos a seguir a página de outro Município no Facebook depreendeu-se, através do cálculo da média, e lembrando que para esse cálculo considerou-se que 1 = “Nada importante”, 2 = “Pouco importante”, 3 = “Nem muito nem pouco importante”, 4 = “Importante” e 5 = “Extremamente importante”, à semelhança da análise geral que a considerada mais importante foi “ficar a saber de atividades e eventos”, e a considerada menos importante foi “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”, ainda que a diferença no valor da média entre as restantes opções seja pouca.



Gráfico 54
Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a seguir a página de outro Município no Facebook

Relativamente às razões que levaram os inquiridos a seguir a página de outro Município no Instagram, constatou-se que as consideradas mais importantes foram “manter-me informado sobre o Município e o Concelho” e “questões turísticas”, e a considerada menos importante foi “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”.

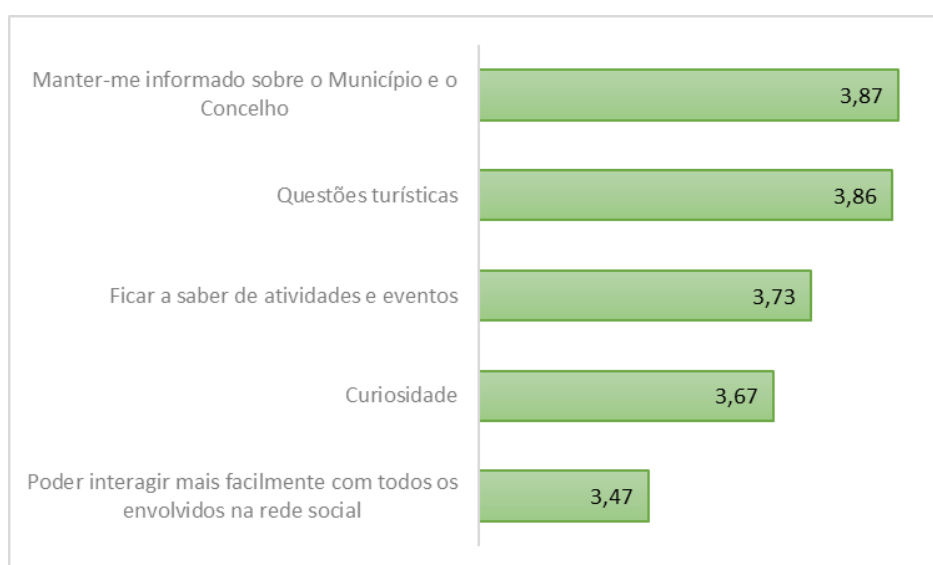


Gráfico 55
Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a seguir a página de outro Município no Instagram

Quanto às razões que levaram os inquiridos a visitar o *website* de outro Município, foi possível depreender que a considerada mais importante foi “pesquisar/obter informação”, e a considerada menos importante foi “realizar trabalhos académicos”. De salientar ainda que, apesar de uma diferença significativa no valor da média, a segunda razão considerada mais importante foi “questões turísticas”, e a segunda menos importante foi “curiosidade”.

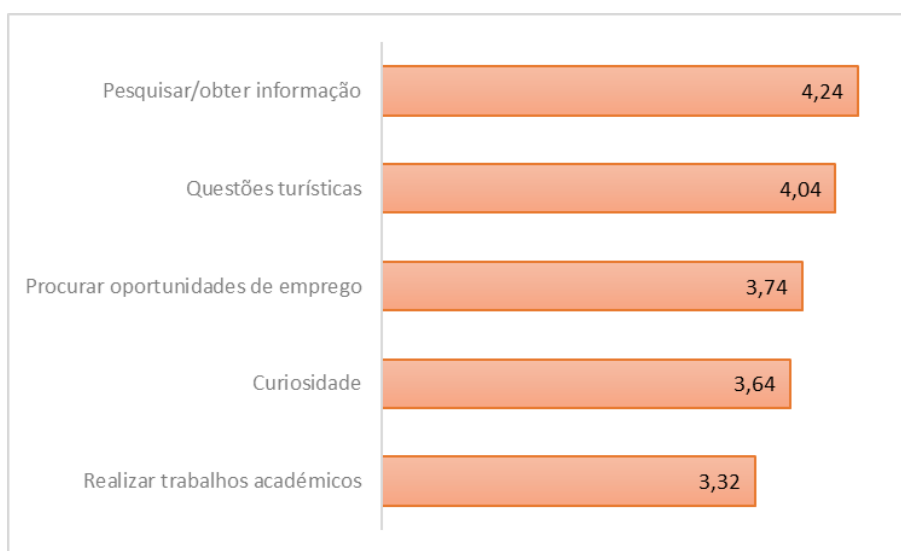


Gráfico 56
Razões que levaram os inquiridos residentes em OF a visitar o *website* de outro Município

Relativamente à frequência com que os inquiridos procuram informação na página do Facebook, do Instagram e/ou no *Website* de outros Municípios, o *website* é o mais utilizado “ocasionalmente”, tendo sido indicado por vinte e dois (22) dos inquiridos, seguido do Facebook, referido por vinte (20) inquiridos. O menos utilizado é o Instagram, sendo que vinte e um (21) dos inquiridos indicaram que nunca procuraram informação sobre outro Município nesta rede social, salientando-se ainda que houve uma resposta em branco referente a este meio de comunicação *online*.

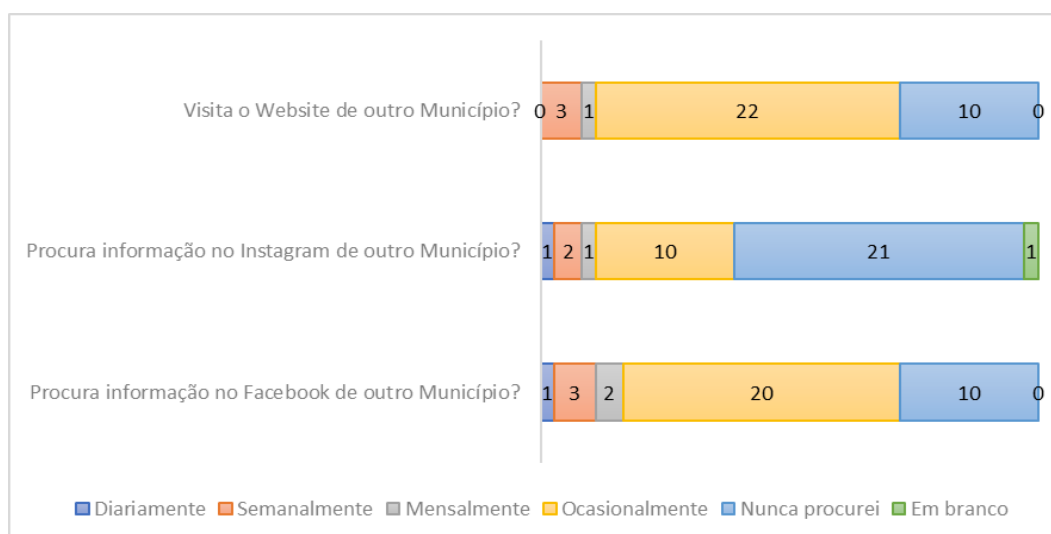


Gráfico 57
Procura de informação, por parte dos inquiridos residentes em OF, na página do Facebook, Instagram ou no *website* de outro Município e com que frequência

3.2.4. Avaliação da Satisfação

Quando questionados sobre como é que avaliavam alguns aspetos relativamente à qualidade da página do Facebook do Município de Oliveira de Frades, constatou-se, no geral, que a grande maioria dos inquiridos se encontram satisfeitos com todos os aspetos analisados.

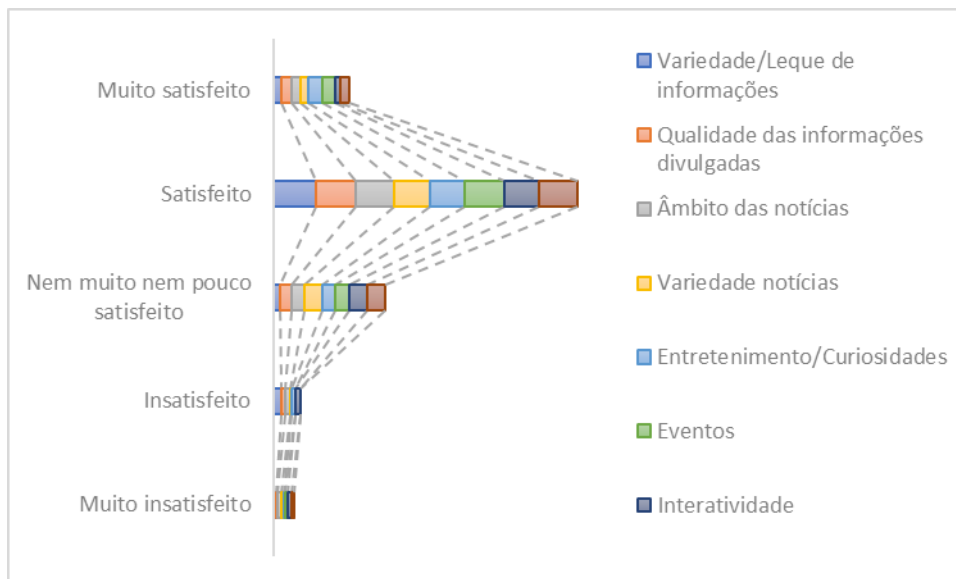


Gráfico 58

Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos à página do Facebook do Município de OF

Destaca-se especialmente, analisando com base no cálculo da média, e relembrando que para esse cálculo considerou-se que 1 = “Muito insatisfeito”, 2 = “Insatisfeito”, 3 = “Nem muito nem pouco satisfeito”, 4 = “Satisfeito” e 5 = “Muito satisfeito”, uma maior satisfação com os “eventos” seguido do “entretenimento/curiosidades”, e uma menor satisfação com a “interatividade”.

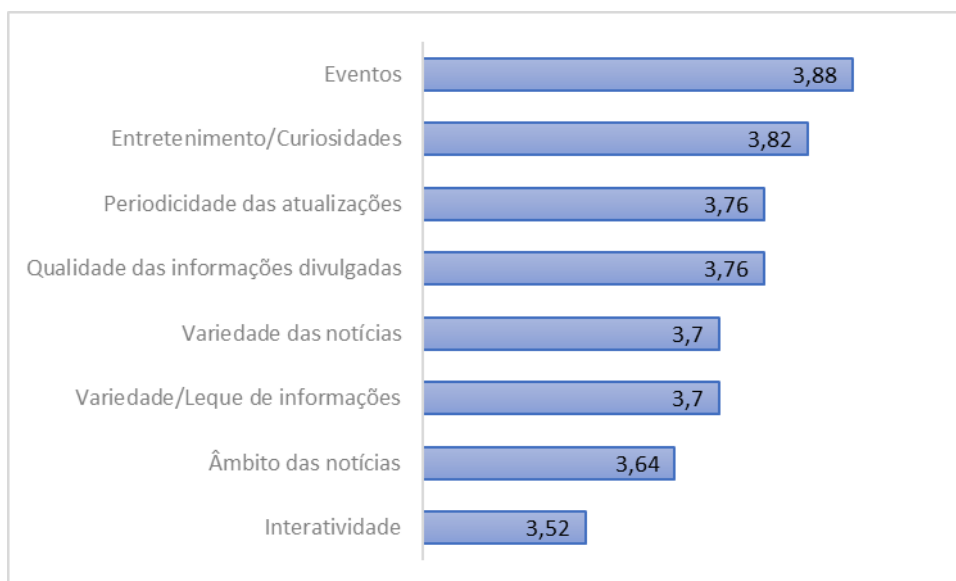


Gráfico 59

Média da avaliação da qualidade da página do Facebook do Município de OF

Explorando a relação entre a frequência com que procuram informação nesta rede social com o grau de satisfação foi possível depreender:

Tabela 22 - Relação entre a frequência com que os inquiridos procuram informação no Facebook do Município de OF e o grau de satisfação

Diariamente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualidade das informações divulgadas • Entretenimento/curiosidades <p>Metade dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade/leque de informações • Âmbito e a variedade de notícias • Eventos • Interatividade • Periodicidade das atualizações
Semanalmente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade/leque de informações • Qualidade das informações divulgadas • Âmbito e a variedade de notícias • Eventos • Interatividade • Periodicidade das atualizações <p>Maior número de inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entretenimento/curiosidades
Mensalmente	<p>Totalidade dos inquiridos encontram-se “muito satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade/leque de informações • Qualidade das informações divulgadas • Entretenimento/curiosidades • Eventos • Periodicidade das atualizações <p>Totalidade dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Âmbito e a variedade de notícias • Interatividade
Ocasionalmente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade/leque de informações • Qualidade das informações divulgadas • Âmbito e a variedade de notícias • Entretenimento/curiosidades • Eventos • Periodicidade das atualizações <p>Empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interatividade

Cruzando com a idade constatou-se que a maioria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 18-25 e os 31-40 e a totalidade dos inquiridos, mais especificamente dois (2), pertencentes ao grupo etário dos 26-30, encontram-se “satisfeitos” com todos os aspetos analisados. Quanto à faixa etária dos 41-50, a maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com “**variedade/leque de informações**” e encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com “**entretenimento/curiosidades**” e “**periodicidade das atualizações**”. O maior número de inquiridos neste grupo etário encontram-se “satisfeitos” com o “**âmbito das notícias**” e encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com a “**variedade das notícias**” e a “**interatividade**”. E ainda existe um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos” com a “**qualidade das informações divulgadas**” e um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “muito satisfeitos” com os “**eventos**”.

Relativamente ao grupo etário dos 51-60 a totalidade dos inquiridos, mais especificamente dois (2), encontram-se “satisfeitos” com a “**periodicidade das atualizações**” e encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com a “**qualidade das informações divulgadas**” e a “**interatividade**”. Existe também um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos” com a “**variedade/leque de informações**”, o “**âmbito**” e a “**variedade**” das notícias, e os “**eventos**”, e um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “muito satisfeitos” com o “**entretenimento/curiosidades**”.

Com relação à avaliação de alguns aspetos referentes à qualidade da página do Município de Oliveira de Frades no Instagram, à semelhança do Facebook, a grande maioria dos inquiridos, no geral, encontram-se satisfeitos com os aspetos analisados.

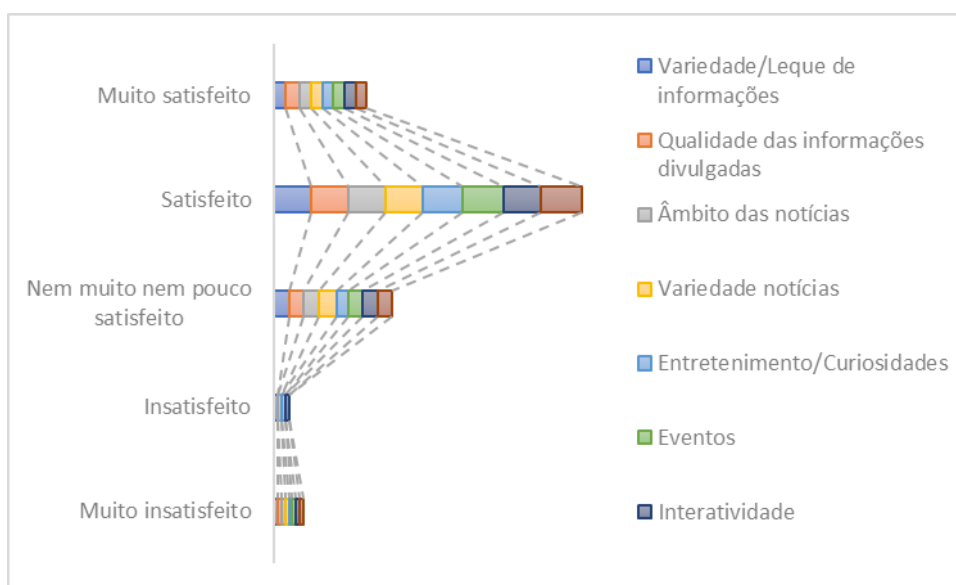


Gráfico 60
Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos à página do Instagram do Município de OF

Destaca-se especialmente uma maior satisfação com a “qualidade das informações divulgadas”, e uma menor satisfação com a “interatividade”, o “âmbito das notícias” e a “variedade/leque de informações”, inclusive estes três aspetos apresentam o mesmo valor de média.

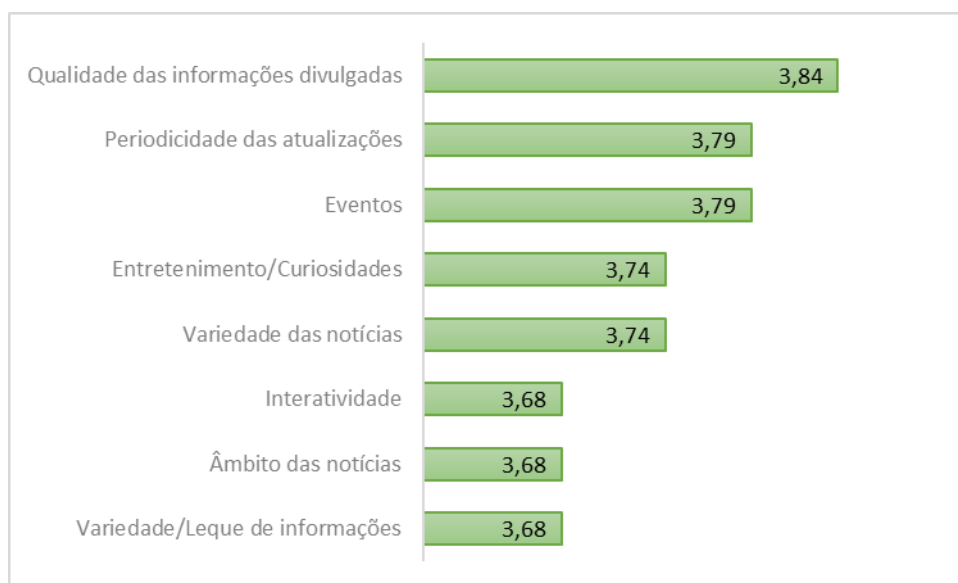


Gráfico 61
Média da avaliação da qualidade da página do Instagram do Município de OF

Explorando a relação entre a frequência com que procuram informação nesta rede social com o grau de satisfação foi possível depreender:

Tabela 23 - Relação entre a frequência com que os inquiridos procuram informação no Instagram do Município de OF e o grau de satisfação

Diariamente	Metade dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” e a outra metade encontram-se “muito satisfeita” com todos os aspetos analisados.
Semanalmente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade/leque de informações • Âmbito e a variedade de notícias • Eventos • Interatividade • Periodicidade das atualizações • Entretenimento/curiosidades <p>Metade dos inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualidade das informações divulgadas

Mensalmente	<p>Maioria dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade das notícias • Interatividade <p>Metade dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedade/leque de informações • Âmbito das notícias <p>Metade dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” e a outra metade encontram-se “satisfeita” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualidade das informações divulgadas • Entretenimento/curiosidades • Eventos • Periodicidade das atualizações
Ocasionalmente	<p>Exatamente igual às anteriores, à exceção de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Em vez de metade dos inquiridos encontrarem-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com “variedade/leque de informações” e “âmbito das notícias”, aqui é a maioria dos inquiridos: • Em vez de metade dos inquiridos encontrarem-se “nem muito nem pouco satisfeitos”, e a outra metade encontrar-se “satisfeita” com “qualidade das informações divulgadas”, “eventos”, “entretenimento/curiosidades” e “periodicidade das atualizações”, aqui existe um empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos”.

Cruzando com a idade constatou-se que a maioria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 18-25 encontram-se “satisfeitos” com o “**entretenimento/curiosidades**”, os “**eventos**” e a “**periodicidade das atualizações**”, e metade dos inquiridos, nesta faixa etária, encontram-se “satisfeitos” com “**variedade/leque de informações**”, “**qualidade das informações divulgadas**”, “**âmbito**” e “**variedade**” das notícias, e “**interatividade**”.

A totalidade dos inquiridos, mais especificamente dois (2), no grupo etário dos 26-30, encontram-se “satisfeitos” com todos os aspetos analisados, enquanto que metade dos inquiridos com idades compreendidas entre os 31-40 encontram-se “satisfeitos” e a outra metade encontra-se “muito satisfeita” também com todos os aspetos analisados.

Por último, existe um empate, em todos os aspetos analisados, entre o número de inquiridos, pertencentes ao grupo etário dos 41-50, que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos”, o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos” e ainda o número de inquiridos que se encontram “muito satisfeitos”.

Quanto à avaliação de alguns aspetos relativamente à qualidade do *website* do Município de Oliveira de Frades, a grande maioria dos inquiridos, no geral, encontram-se nem muito nem pouco satisfeitos com os aspetos analisados, contudo a diferença para o satisfeito é pouca.

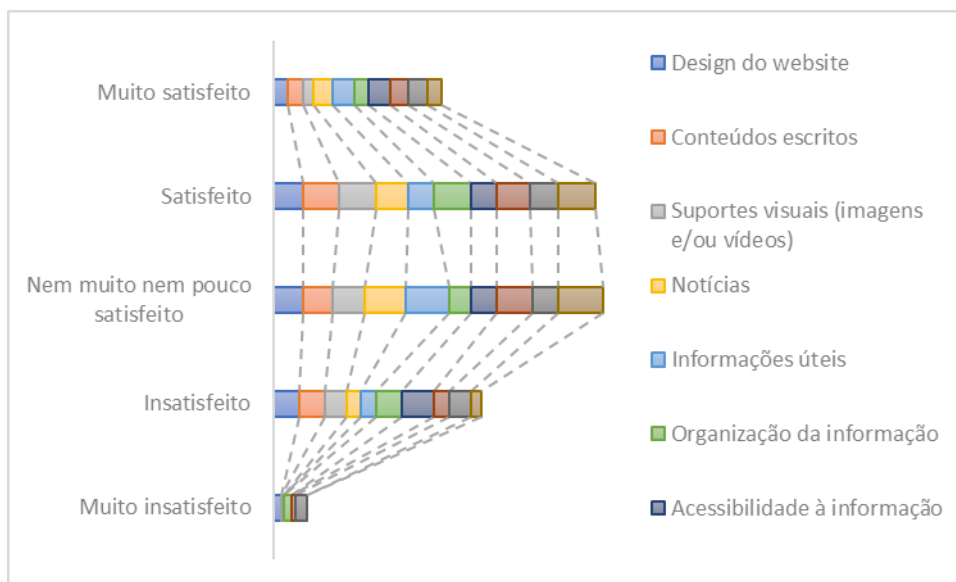


Gráfico 62
Avaliação da satisfação de alguns aspetos relativos ao *website* do Município de OF

De salientar, especialmente, uma maior satisfação com a “periodicidade das atualizações”, as “informações úteis” e as “notícias”, inclusive estes aspetos apresentam a mesma média, e uma menor satisfação com o “*design do website*” e as “ferramentas de pesquisa”. Destaca-se ainda o facto de as médias não apresentarem diferenças muito significativas entre si.

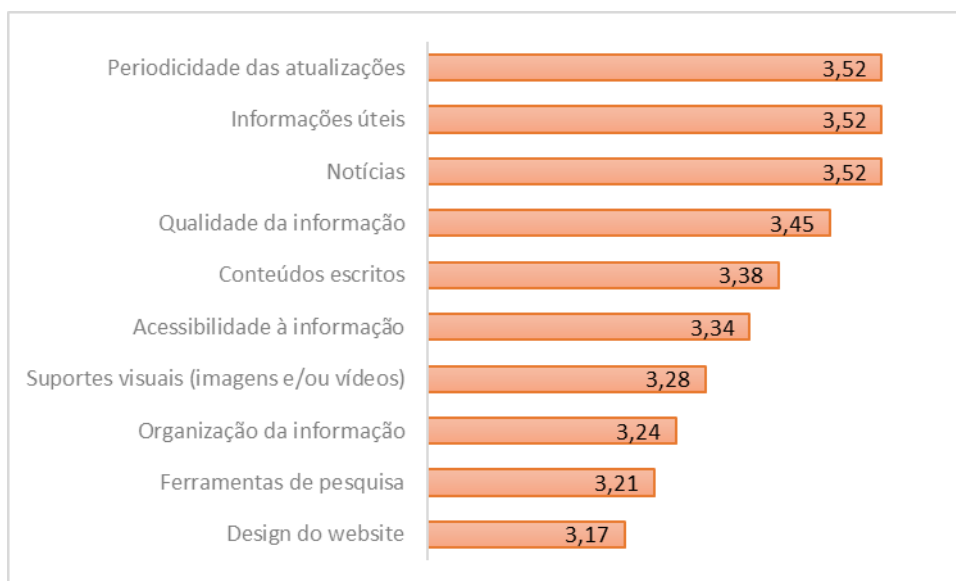


Gráfico 63
Média da avaliação da qualidade do *website* do Município de OF

Explorando a relação entre a frequência com que procuram informação neste meio de comunicação *online* com o grau de satisfação foi possível depreender que a maioria dos inquiridos que procuram informação “**diariamente**” encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com todos os aspetos analisados, e a maioria dos inquiridos que procuram “**semanalmente**” encontram-se “muito satisfeitos”.

A totalidade dos inquiridos, mais especificamente um (1), que procuram informação “**mensalmente**” encontram-se “muito insatisfeitos” com o “**design do website**”, os “**suportes visuais (imagens e/ou vídeos)**” e a “**qualidade da informação**”; encontram-se “insatisfeitos” com as “**notícias**” e a “**acessibilidade à informação**”; e encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com os “**conteúdos escritos**”, as “**informações úteis**”, a “**organização da informação**”, as “**ferramentas de pesquisa**” e a “**periodicidade das atualizações**”.

O maior número de inquiridos que procura informação “ocasionalmente” encontram-se “insatisfeitos” com a “organização da informação”; encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com as “notícias” e as “informações úteis”; e encontram-se “satisfeitos” com o “**design do website**”, os “**conteúdos escritos**”, os “**suportes visuais (imagens e/ou vídeos)**”, a “**acessibilidade à informação**”, a “**qualidade da informação**”, às “**ferramentas de pesquisa**” e à “**periodicidade das atualizações**”.

Cruzando com a idade constatou-se:

Tabela 24 - Relação entre a idade e o grau de satisfação com o *website* do Município de OF

<p style="text-align: center;">18-25</p>	<p>Maior número de inquiridos encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design do website • Conteúdos escritos • Suportes visuais (imagens e/ou vídeos) • Informações úteis • Qualidade da informação <p>Maior número de inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notícias • Ferramentas de pesquisa <p>Maior número de inquiridos encontram-se “insatisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organização da informação <p>Empate entre o número de inquiridos que se encontram “nem muito nem pouco satisfeitos” e o número de inquiridos que se encontram “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acessibilidade à informação • Periodicidade das atualizações
<p style="text-align: center;">26-30</p>	<p>Totalidade dos inquiridos, mais especificamente dois (2), encontram-se “satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conteúdos escritos <p>Totalidade dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design do website <p>Metade dos inquiridos encontram-se “insatisfeitos” e a outra metade</p>

	<p>encontra-se “satisfeita” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suportes visuais (imagens e/ou vídeos) • Informações úteis • Organização da informação • Acessibilidade à informação • Qualidade da informação • Ferramentas de pesquisa • Periodicidade das atualizações <p>Metade dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” e a outra metade encontra-se “satisfeita” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notícias
<p>31-40</p>	<p>Metade dos inquiridos encontram-se “muito satisfeitos” com todos os aspetos analisados, contudo no aspeto “ferramentas de pesquisa”, a outra metade encontra-se “satisfeita”.</p>
<p>41-50</p>	<p>Empate entre “muito insatisfeito”, “insatisfeito”, “nem muito nem pouco satisfeito”, “satisfeito” e “muito satisfeito” em:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design do website • Suportes visuais (imagens e/ou vídeos) <p>Maior número de inquiridos encontram-se “muito satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acessibilidade à informação • Qualidade da informação <p>Maior número de inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conteúdos escritos • Informações úteis • Ferramentas de pesquisa <p>Empate entre “insatisfeito” e “muito satisfeito” em:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notícias <p>Empate entre “nem muito nem pouco satisfeito” e “muito satisfeito” em:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organização da informação • Periodicidade das atualizações
<p>51-60</p>	<p>Totalidade dos inquiridos, mais especificamente um (1), encontram-se “muito insatisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design do website • Informações úteis • Qualidade da informação <p>Totalidade dos inquiridos encontram-se “insatisfeitos” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conteúdos escritos • Organização da informação <p>Totalidade dos inquiridos encontram-se “nem muito nem pouco satisfeito” com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suportes visuais (imagens e/ou vídeos) • Notícias • Acessibilidade à informação • Ferramentas de pesquisa • Periodicidade das atualizações

3.2.5. Melhorias

Quando questionados sobre o que poderia melhorar na página do Município de Oliveira de Frades no Facebook, a maior parte dos inquiridos concordaram em parte com as opções estabelecidas, no entanto destaca-se também o número de inquiridos que nem concordou nem discordou com estas.

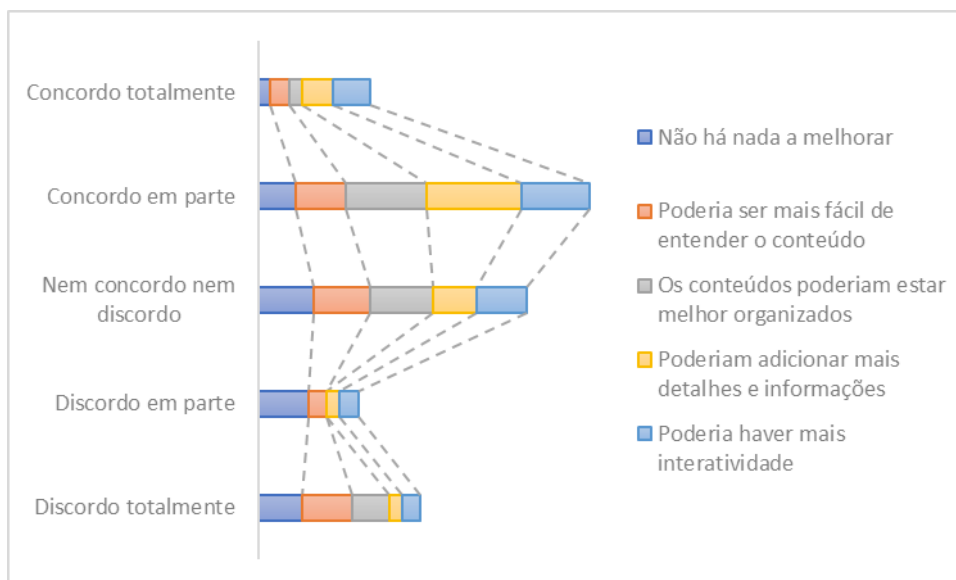


Gráfico 64
Avaliação das possíveis melhorias na página do Município de OF no Facebook

Destaca-se que o maior número de inquiridos “concordou em parte” que “poderia haver mais interatividade”, “poderiam adicionar mais detalhes e informações” e “os conteúdos poderiam estar melhor organizados”, e “nem concordaram nem discordaram” que “poderia ser mais fácil de entender o conteúdo” e que “não há nada a melhorar”.

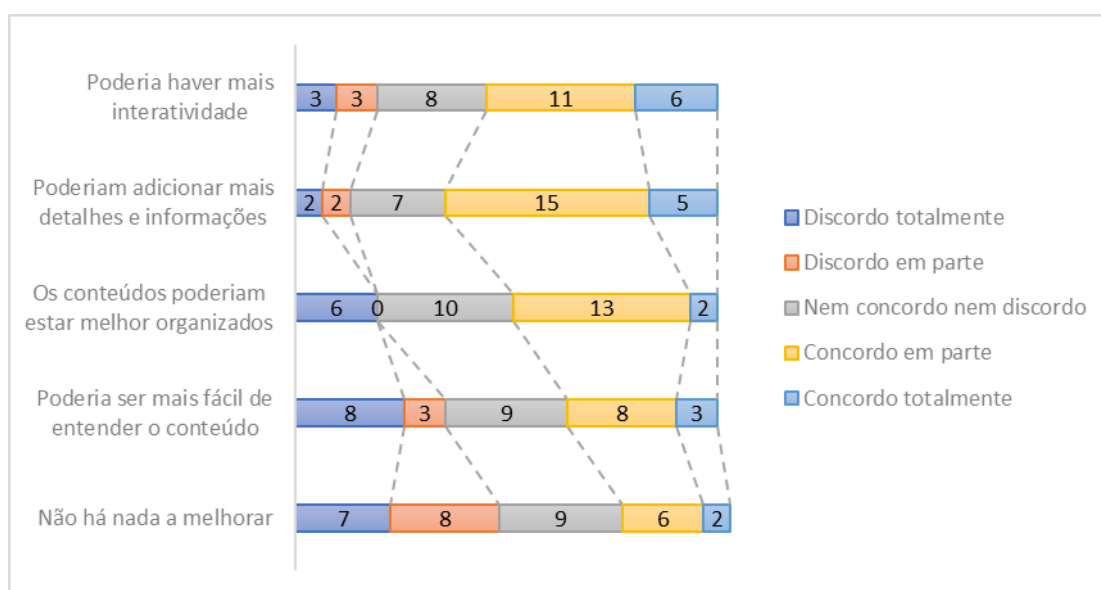


Gráfico 65
Possíveis melhorias na página do Município de OF no Facebook

Relativamente ao que poderia melhorar na página do Município no Instagram, a maior parte dos inquiridos, no geral, nem concordaram nem discordaram com as opções estabelecidas, no entanto destaca-se também o número de inquiridos que concordou em parte com estas.

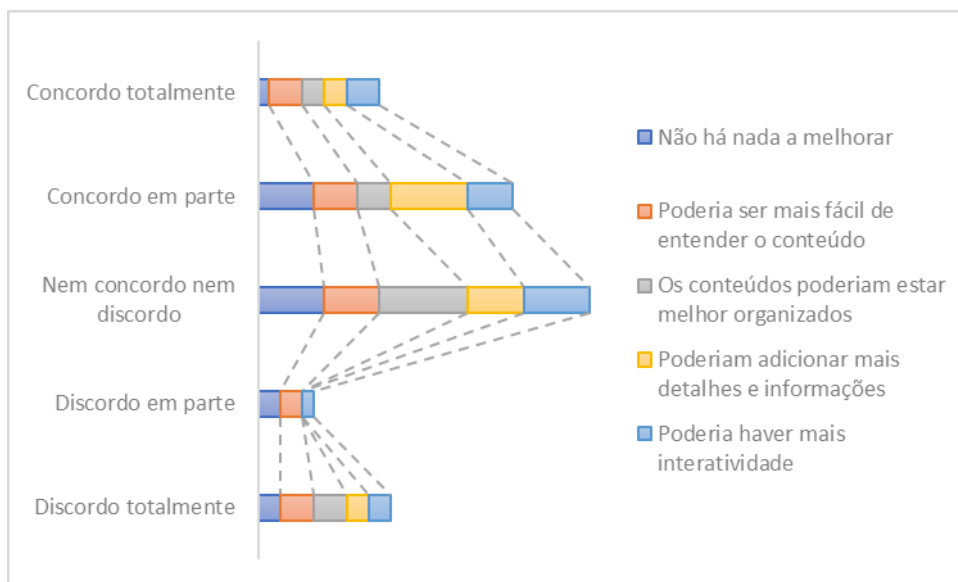


Gráfico 66
Avaliação das possíveis melhorias na página do Município de OF no Instagram

Destaca-se que o maior número de inquiridos “concordou em parte” que “poderiam adicionar mais detalhes e informações”, e “nem concordaram nem discordaram” que “poderia haver mais interatividade”, “os conteúdos poderiam estar melhor organizados”, “poderia ser mais fácil de entender o conteúdo” e que “não há nada a melhorar”.

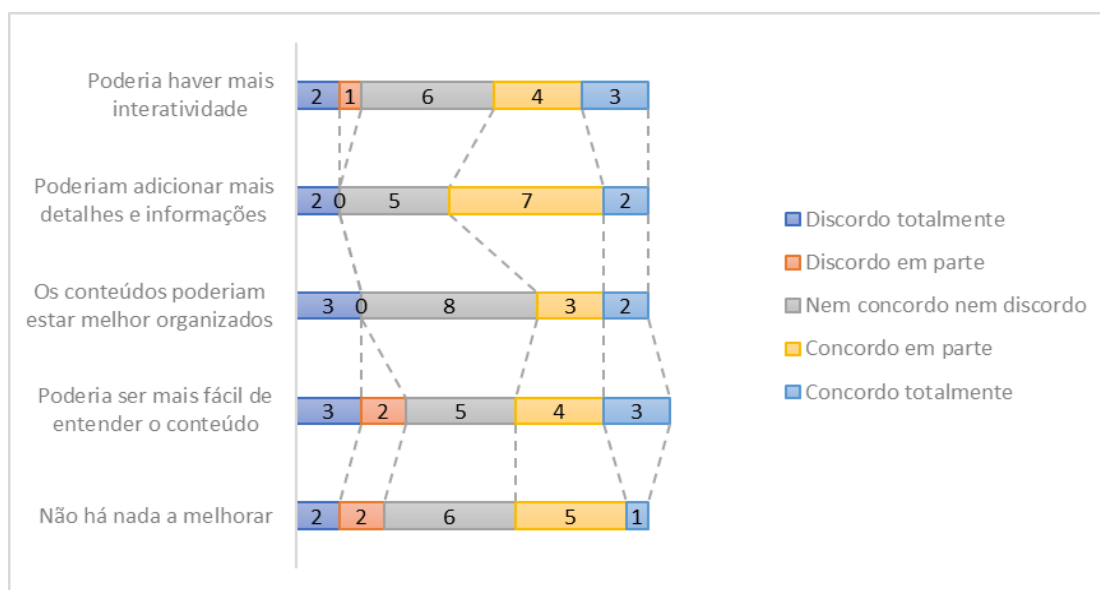


Gráfico 67
Possíveis melhorias na página do Município de OF no Instagram

Quanto ao que poderia melhorar no *website* do Município de Oliveira de Frades, a maior parte dos inquiridos, no geral, concordou em parte com as opções estabelecidas, no entanto destaca-se também o número de inquiridos que concordaram totalmente e o número de inquiridos que nem concordaram nem discordaram com estas.

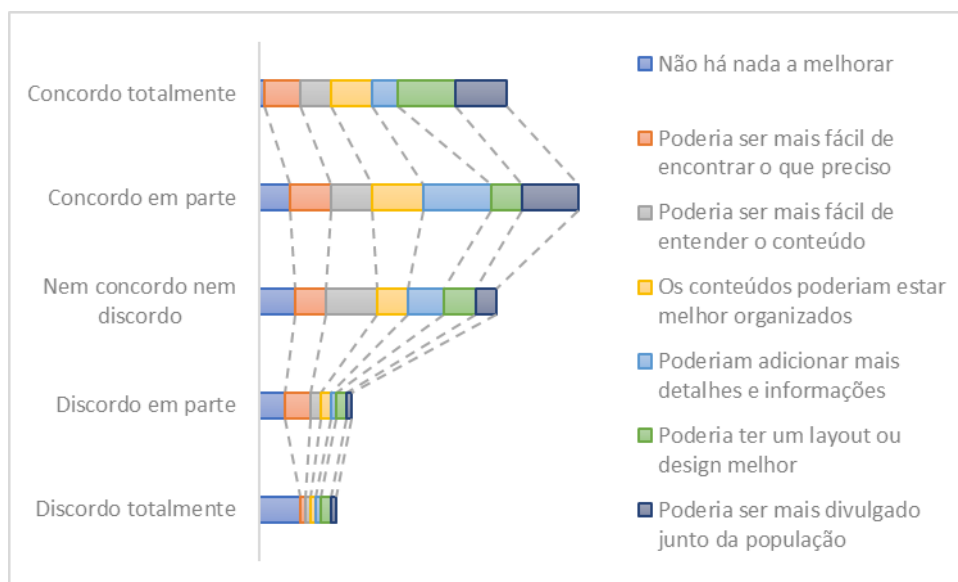


Gráfico 68
Avaliação das possíveis melhorias no *website* do Município de OF

Dessa forma destaca-se que o maior número de inquiridos “concordou totalmente” que “poderia ter um *layout* ou *design* melhor”, “concordou em parte” que o *website* “poderia ser mais divulgado junto da população”, que “poderiam adicionar mais detalhes e informações”, “os conteúdos poderiam estar melhor organizados” e “poderia ser mais fácil de encontrar o que preciso”, e “nem concordaram nem discordaram” que “poderia ser mais fácil de entender o conteúdo” e “discordaram totalmente” com “não há nada a melhorar”.

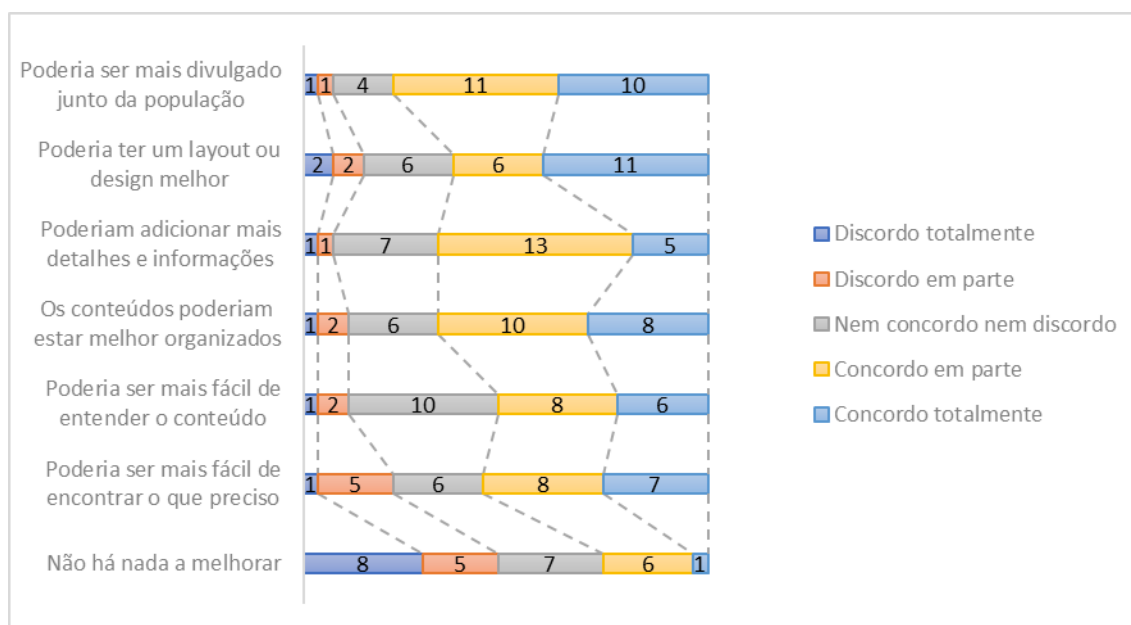


Gráfico 69
Possíveis melhorias no *website* do Município de OF

3.3. Discussão dos resultados obtidos

A realização do inquérito tinha como objetivo principal averiguar o potencial dos meios de comunicação *online* na melhoria do relacionamento com os munícipes, de forma a perceber como é que os meios de comunicação podem melhorar o envolvimento e, conseqüentemente, o relacionamento dos cidadãos com a Gestão Pública e com o seu território. Para tal, achou-se necessário entender quais as perspetivas dos cidadãos aquando da utilização dos meios de comunicação *online* no geral; determinar o que motiva os cidadãos a visitarem os *websites* institucionais, ou a seguir as páginas nas Redes Sociais, particularmente a página dos Municípios no Facebook e no Instagram; e entender quais as perspetivas dos cidadãos aquando da utilização dos meios de comunicação *online* disponibilizados pelas entidades públicas, a fim de perceber se estas correspondem às expectativas, e caso não correspondam, perceber se um uso melhorado destes meios de comunicação por parte das instituições – através, por exemplo, de uma comunicação com mais conteúdo e este mais relevante para os cidadãos, mais organizado e mais alinhando com as boas práticas – levaria a uma maior satisfação do munícipe e a uma maior proximidade da entidade com os seus cidadãos.

Com base nestes objetivos estipularam-se grupos de perguntas, como demonstrado na **Tabela 17 – Grupo de Questões do Questionário**, no ponto **2. Metodologia**, e após apresentar e analisar os resultados obtidos através dessas perguntas, cumpre discuti-los. Para além de discutir à luz do que se pretendia aferir com cada grupo de perguntas, também se irá comparar os resultados obtidos na análise geral com os obtidos na análise relativa a Oliveira de Frades. Dessa forma:

Tabela 25 - Descritivo do Primeiro Grupo de Questões do Questionário

Questões relativas a dados sociodemográficos	
Primeiro grupo	Pretendia-se aferir o género, a idade, as habilitações literárias, a situação laboral e o Município onde o inquirido reside

Com este primeiro grupo de perguntas constatou-se que na análise geral a maioria dos inquiridos eram do sexo feminino, e a idade mais predominante estabelecia-se entre os 18-25, sendo que o inquirido mais novo possuía dezanove (19) anos. Maior parte dos inquiridos têm como habilitação literária “licenciatura”, e a situação laboral mais recorrente é “empregado por conta de outrem”. Grande parte dos inquiridos pertence ao Distrito de Viseu, sendo que o maior número de inquiridos pertence ao Município de Oliveira de Frades, o que era algo espectável, uma vez que o estudo de caso se focava especialmente neste Município.

Com relação a Oliveira de Frades a maioria dos inquiridos também era do sexo feminino e a idade mais predominante também se estabelecia entre os 18-25, contudo o inquirido mais novo possuía vinte e dois (22) anos. No que diz respeito às habilitações literárias, existe um empate entre o “ensino secundário” e a “licenciatura”, e a situação laboral mais recorrente também é “empregado por conta de outrem”.

Tabela 26 - Descritivo do Segundo Grupo de Questões do Questionário

Questões relacionadas com os meios de comunicação <i>online</i>	
Segundo grupo	Pretendia-se aferir especialmente:
	1. a importância dada aos meios de comunicação <i>online</i>
	2. quais são os mais utilizados e com que frequência
	3. com que finalidade os cidadãos utilizam estes meios de comunicação
	4. qual o dispositivo mais utilizado para aceder a estes e com que frequência

Através do segundo grupo de questões observou-se, na análise geral, que grande parte dos inquiridos consideram os meios de comunicação *online* “importantes” ou “muito importantes”, havendo um empate entre elas, enquanto que na análise referente a Oliveira de Frades, o maior número de inquiridos considera “importante”. Destaca-se ainda o facto de apesar de se considerar que as camadas mais jovens são as que atribuem importância máxima a estes meios de comunicação, a verdade é que a maior parte dos inquiridos pertencentes à faixa etária dos 18-25 considera-os somente “importantes”, ao contrário do grupo etários dos 26-30 e dos 31-40 que os consideram “muito importantes”. E ainda, na análise geral o maior número de inquiridos com idades compreendidas entre os 41-50 consideram os meios de comunicação *online* “importantes”, enquanto que na análise referente a Oliveira de Frades, o maior número recai no “muito importante”.

Quanto ao meio de comunicação *online* mais utilizado, aferiu-se, na análise geral, que é a rede social Facebook, seguido do Instagram e do Messenger, e o menos utilizado é o Snapchat, seguido do Twitter, ainda que com uma diferença significativa. Apesar do Facebook ser o meio de comunicação *online* mais utilizado diariamente no geral, quando analisado com base nos grupos etários, este não é o mais utilizado pela faixa etária dos 18-25, mas sim o Instagram, seguido do Messenger (e depois é que vem o Facebook). No que diz respeito aos dados relativos à análise referente a Oliveira de Frades, também se depreendeu que o Facebook é a rede social mais utilizada diariamente, mas a segunda mais utilizada, em vez de ser o Instagram, como na análise geral, é o Messenger. O Snapchat e o Twitter também são meios de comunicação *online* menos utilizados, porém, ao contrário da análise geral, a diferença entre eles é pouca.

Com relação à finalidade dada a estes meios de comunicação, depreendeu-se, na análise geral, que estes são mais utilizados para “comunicação” e “lazer e entretenimento”, e são menos utilizados para o “estudo”. Quanto à análise dos dados referentes a Oliveira de Frades, os meios de comunicação *online* também são mais utilizados para “comunicação” e menos utilizados para “estudo”, contudo, em vez de serem também mais utilizados para “lazer

e entretenimento”, como na análise geral, nesta, estes são mais utilizados para “manter-me informado sobre o que se passa ao meu redor”.

Relativamente ao dispositivo mais utilizado para aceder a estes meios de comunicação, tanto na análise geral como na de Oliveira de Frades, aferiu-se que é o “telemóvel”, e os menos utilizados são o “computador fixo” e o “tablet”. Uma vez que o telemóvel é o dispositivo mais utilizado pelos inquiridos para aceder aos meios de comunicação *online* deve-se ter especial atenção à adaptação do conteúdo e de funcionalidades a este tipo de dispositivo, especialmente dos *websites*, de forma a que os indivíduos consigam ter uma boa navegabilidade.

Tabela 27 - Descritivo do Terceiro Grupo de Questões do Questionário

Questões relativas ao uso de meios de comunicação e interação *online* nos Municípios

Pretendia-se aferir especialmente:

Terceiro grupo

1. se os cidadãos seguem a página do Facebook, Instagram ou visitam o *website* do seu Município:
 - 1.1. se sim, que razões os levam a seguir/visitar, e com que frequência procuram informações nestes
 - 1.2. se não, que razões os levam a não seguir/visitar
 2. se os cidadãos seguem a página do Facebook, Instagram ou visitam o *website* de outro Município:
 - 2.1. se sim, que razões os levam a seguir/visitar, e com que frequência procuram informações nestes
-

Com o terceiro grupo de perguntas foi possível depreender, na análise geral, que mais de metade dos inquiridos, no caso setenta e sete (77), já visitaram o *website* do seu Município, e setenta e um (71) seguem a página do seu Município no Facebook. Apesar da rede social Instagram ser utilizada diariamente por setenta e um (71) dos inquiridos, somente vinte (20) é que seguem a página do seu Município nesta rede social. No que diz respeito à análise dos dados referentes a Oliveira de Frades, estes diferem da análise geral na questão do *website* e da página no Facebook, dado que o número de inquiridos a seguirem a página no Facebook é superior ao número de inquiridos a visitar o *website* do Município. Com relação à página no Instagram, treze (13) foram os inquiridos que referiram que seguiam a página do Município nesta rede social, o que corresponde a mais de metade dos inquiridos que, na análise geral, referiram que seguiam a página do seu Município no Instagram.

Relativamente às razões que levaram os inquiridos a seguir a página do seu Município no Facebook, as consideradas mais importantes foram “manter-me informado sobre o Município e o Concelho”, e “ficar a saber de atividades e eventos”, e as consideradas menos importante foram “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social” e “poder expressar mais facilmente a minha opinião sobre determinado assunto”. Esta última não

era de se esperar, dado que, como referido na revisão da literatura no ponto **5. Web 2.0 e as Redes Sociais**, estes novos meios de comunicação, de acordo com Padullés et al., (2015), estabeleceram um novo espaço público onde a opinião pública se forma e se difunde, pelo que era de se esperar que estes meios de comunicação fossem mais utilizados para expressar opiniões sobre os assuntos. Os mesmos resultados foram obtidos através da análise dos dados referentes a Oliveira de Frades.

Ainda que as razões consideradas mais importantes para seguir a página do seu Município no Instagram tenham sido as mesmas que para seguir a página no Facebook, estas trocam de ordem. Isto é, enquanto que no Facebook a considerada mais importante é “manter-me informado sobre o Município e o Concelho” e a segunda considerada mais importante é “ficar a saber de atividades e eventos”, no Instagram a considerada mais importante foi “ficar a saber de atividades e eventos” e a segunda mais importante foi “manter-me informado sobre o Município e o Concelho”. Resultados iguais foram obtidos na análise aos dados referentes a Oliveira de Frades, destacando-se somente o facto de que tanto as duas razões consideradas mais importantes como as duas consideradas menos importantes possuem o mesmo valor de média, contrariamente à análise geral, em que existe, ainda que pequena, uma diferença no valor.

Quanto às razões que levaram os inquiridos a visitar o *website* do seu Município, tanto na análise geral como na análise referente a Oliveira de Frades, a considerada mais importante foi “pesquisar/obter informação”, e a considerada menos importante foi “realizar trabalhos académicos”. Destaca-se ainda o facto curioso de na análise geral a segunda razão considerada mais importante ser a “curiosidade” e a segunda considerada menos importante ser “fazer uma sugestão e/ou reclamação”, ao contrário da análise referente a Oliveira, em que “curiosidade” é a segunda razão menos importante e “fazer uma sugestão e/ou reclamação” é a segunda mais importante.

Relativamente às razões que levaram os inquiridos a não seguir a página do seu Município no Facebook, tanto na análise geral como na análise referente a Oliveira de Frades, as consideradas mais importantes foram “nunca foi preciso” e “não me passou pela ideia”, e a considerada menos importantes foi “o Município não possui página no Facebook”. Resultados semelhantes foram obtidos relativamente às razões que levaram os inquiridos a não seguir a página do seu Município no Instagram, contudo, na análise referente a Oliveira de Frades a razão considerada menos importante, em vez de ser “o Município não possui página no Instagram”, foi “não é algo que me interessa”.

Com relação à frequência com que os inquiridos procuram informação na página do Facebook, do Instagram e/ou no *website* do seu Município, quer na análise geral quer na referente a Oliveira de Frades, conseguiu-se depreender que o Facebook é o meio de comunicação *online* mais utilizado “diariamente” e “semanalmente”, o *website* é mais utilizado “ocasionalmente”, e o Instagram é a rede social com maior número de inquiridos a referir que nunca procurou neste meio. De destacar ainda que o *website*, na análise geral, para além de ser mais utilizado “ocasionalmente” também é o mais utilizado “mensalmente”.

Constatou-se também, na análise geral, que sessenta e um (61) dos inquiridos já visitaram o *website* de outro Município, metade seguem a página no Facebook, e dez (10) seguem a página no Instagram. Na análise referente a Oliveira de Frades constatou-se que vinte e quatro (24) dos inquiridos já visitaram o *website* outro Município, dezanove (19) seguem a página no Facebook e sete (7) seguem a página no Instagram.

Quanto às razões que levaram os inquiridos a seguir a página de outro Município no Facebook, tanto na análise geral como na referente a Oliveira de Frades, a considerada mais importante foi “ficar a saber de atividades e eventos”, e a considerada menos importante foi “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”. Relativamente às razões que levaram os inquiridos a seguir a página de outro Município no Instagram, depreendeu-se que, na análise geral, a considerada mais importante foi “questões turísticas”, enquanto que na análise referente a Oliveira de Frades foi “manter-me informado sobre o Município e o Concelho” seguido, uma vez que a diferença entre elas é de somente 0,01, de “questões turísticas”. A considerada menos importante, quer na análise geral quer na análise referente a Oliveira de Frades foi “poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social”. Em relação às razões que levaram os inquiridos a visitar o *website* de outro Município, as consideradas mais importantes, quer na análise geral quer na análise referente a Oliveira de Frades, foram “pesquisar/obter informação” e “questões turísticas”. As consideradas menos importantes, na análise geral, foram “procurar oportunidades de emprego” e “realizar trabalhos académicos”, enquanto que na análise referente a Oliveira de Frades foi “realizar trabalho académicos” e “curiosidade”.

Relativamente à frequência com que os inquiridos procuram informação na página do Facebook, do Instagram e/ou no *website* de outro Município, conseguiu-se depreender, na análise geral, que o Facebook é mais utilizado “semanalmente”, o *website* é mais utilizado “ocasionalmente” e “mensalmente”, e o Instagram é o menos utilizado de todos. No que diz respeito à análise dos dados relativos a Oliveira de Frades, destaca-se essencialmente que o *website* é o meio de comunicação *online* mais utilizado “ocasionalmente”, seguido do Facebook, e à semelhança da análise geral, o Instagram também é o meio de comunicação *online* menos utilizado.

Tabela 28 - Descritivo do Quarto Grupo de Questões do Questionário

Quarto grupo	Questões relacionadas com a avaliação da satisfação relativamente aos meios de comunicação <i>online</i> utilizados pelo Município onde o inquirido reside
	Pretendia-se aferir o grau de satisfação dos cidadãos relativamente à página do Facebook, Instagram ou <i>website</i> do seu Município

Através do quarto grupo de questões foi possível constatar que os inquiridos, na sua grande maioria, tanto na análise geral como na referente a Oliveira de Frades, encontram-se

satisfeitos relativamente à qualidade da página do seu Município no Facebook, destacando-se uma maior satisfação com os “eventos”, e uma menor satisfação com a “interatividade”. Difere, contudo, que a seguir a uma maior satisfação com os “eventos”, na análise geral, encontra-se a “qualidade das informações divulgadas”, e na análise relativa a Oliveira de Frades, encontra-se o “entretenimento/curiosidades”.

Também se encontram maioritariamente satisfeitos relativamente à qualidade da página do seu Município no Instagram, quer na análise geral quer na referente a Oliveira de Frades, salientando-se uma maior satisfação com a “qualidade das informações divulgadas”, e uma menor satisfação com o “âmbito das notícias” e a “variedade/leque de informações”. Para além de uma menor satisfação com o “âmbito das notícias” e a “variedade/leque de informações”, na análise relativa a Oliveira de Frades, também existe uma menor satisfação com a “interatividade”, inclusive estes três aspetos apresentam o mesmo valor de média.

Quanto aos aspetos relativos à qualidade do *website*, na análise geral, a maioria dos inquiridos também se encontram satisfeitos, destacando-se uma maior satisfação com as “informações úteis” e uma menor satisfação com as “ferramentas de pesquisa”. No que diz respeito à análise referente a Oliveira de Frades, a maioria dos inquiridos encontra-se nem muito nem pouco satisfeitos, ainda que a diferença para o satisfeito seja pouco. Salienta-se uma maior satisfação com a “periodicidade das atualizações”, as “notícias” e, à semelhança da análise geral, com as “informações úteis”, e uma menor satisfação com o “design do website” e, também à semelhança da análise geral, com as “ferramentas de pesquisa”.

Tabela 29 - Descritivo do Quinto Grupo de Questões do Questionário

Quinto grupo	Questões relacionadas com as potenciais melhorias relativamente ao uso dos meios de comunicação <i>online</i> por parte dos Municípios, especialmente da página do Facebook, Instagram e <i>website</i>
	Pretendia-se aferir a opinião dos cidadãos relativamente ao que poderia melhorar na página do Facebook, Instagram e <i>website</i> do seu Município

Por último, com o quinto grupo de perguntas depreendeu-se que, tanto na análise geral como na referente a Oliveira de Frades, a maior parte dos inquiridos “concordou em parte” com as opções estabelecidas relativas ao que poderiam melhorar na página do Município no Facebook, porém, na análise geral, a diferença para o número de inquiridos que “nem concordaram nem discordaram” com estas é pouca. Assim, destaca-se que o maior número de inquiridos, em ambas as análises, “concordaram em parte” que “poderia haver mais interatividade” e “poderiam adicionar mais detalhes e informações”, e “nem concordaram nem discordaram” que “poderia ser mais fácil de entender o conteúdo” e que “não há nada a melhorar”. Para além disso, na análise referente a Oliveira de Frades o maior número de inquiridos “concordou em parte” que “os conteúdos poderiam estar melhor organizados”,

enquanto que na análise geral existe um empate entre o número de inquiridos que “concordam em parte” e o número de inquiridos que “nem concorda nem discorda” com esta opção.

Quanto ao Instagram, quer na análise geral quer na referente a Oliveira de Frades a maior parte dos inquiridos “nem concordou nem discordou” com as opções estabelecidas, o que levou conseqüentemente a que na análise geral, não fosse possível destacar algum aspeto em específico. Na análise relativa a Oliveira de Frades, no entanto, foi possível destacar um aspeto, no caso “poderiam adicionar mais detalhes e informações”, dado que, diferentemente das restantes opções em que o maior número de inquiridos “nem concordou nem discordou”, nesta o maior número de inquiridos “concordou em parte”.

Relativamente ao *website*, tanto na análise geral como na referente a Oliveira de Frades, a maior parte dos inquiridos “concordou em parte” com as opções estabelecidas, no entanto destaca-se também o número de inquiridos que “concordou totalmente” ou que “nem concordou nem discordou”. Dessa forma, em ambas as análises, destaca-se que o maior número de inquiridos “concordou totalmente” que o *website* “poderia ter um *layout* ou *design* melhor”, “concordaram em parte” que “poderiam adicionar mais detalhes e informações”, e que “os conteúdos poderiam estar melhor organizados”, e “nem concordaram nem discordaram” que “poderia ser mais fácil de entender o conteúdo”. Porém, na análise geral o maior número de inquiridos “concordou totalmente” que o *website* “poderia ser mais divulgado junto da população” e que “poderia ser mais fácil de encontrar o que preciso”, enquanto que na análise referente a Oliveira de Frades o maior número de inquiridos “concordam em parte” com estas opções. De igual modo, na análise geral o maior número de inquiridos “nem concordou nem discordou” que “não há nada a melhorar”, enquanto que na análise relativa a Oliveira de Frades o maior número de inquiridos “discordou totalmente” com esta opção.

CONCLUSÃO

1. Considerações Finais

Ao longo do trabalho, e analisando a imensa literatura sobre as TIC aliadas ao governo, os conceitos que mais surgem são transparência, desburocratização, satisfação do cidadão e capacitação deste, por meio de um acesso mais facilitado à informação, que possibilita uma maior participação destes na gestão autárquica. Todos estes conceitos relacionam-se inquestionavelmente com outro conceito que é o da qualidade e a tentativa constante de melhorá-la. Esta melhoria da qualidade pode passar pela simplificação dos processos administrativos que, por conseguinte, leva a um aumento da satisfação.

Contudo, é necessário ter em mente que o uso das TIC, só por si, não melhoram a qualidade da democracia, mas podem servir de instrumento para atingir esse objetivo ao permitirem um melhor e mais eficaz desempenho da Administração Pública (Transparência e Integridade Associação Cívica, 2017), que deve ter o seu foco de atuação voltado para o cidadão e para as empresas e a sua satisfação, dado que são estes a verdadeira razão da sua existência.

Dessa forma, o *e-government* não deve somente preocupar-se com a disponibilização *online* da informação e dos serviços, mas deve também ter em atenção como esta chega ao cidadão. Os *websites* institucionais, são um bom exemplo de *e-government* e segundo Tafadzwa C. Maramura, Pardon Dambuzza e Hilda Jaka (2017), o governo deve dar especial atenção a estes, uma vez que estes podem servir para estabelecer um bom contacto com os cidadãos levando a um melhor relacionamento entre os organismos governamentais e estes, dado que os *websites* institucionais são principalmente úteis pois permitem obter informações, fazer *download* de formulários, realizar registos e até alguns serviços. Portanto, se os cidadãos se encontrarem satisfeitos com uma página na Internet bem construída, com informação bem organizada e atualizada, e com um *design* atrativo, permite não só que se estabeleça um contacto melhor e com mais qualidade, mas permite também que a implementação e o uso de serviços do *e-government* seja bem-sucedida (Maramura et al., 2017).

O *Guia de Boas Práticas na Construção de Web Sites da Administração Direta e Indireta do Estado* (2013) vem corroborar essa ideia ao indicar que os *websites* são uma peça importante nos serviços prestados aos cidadão, pelo que não devem ter a sua estrutura, conteúdos e funcionalidades delineados com base em necessidades estruturais internas do organismo, mas sim estarem centrados no valor acrescentado que estes possibilitam ao cidadão, ao permitirem uma melhoria da qualidade e uma desburocratização dos serviços, contribuindo assim para a continua modernização da Administração Direta e Indireta do Estado.

A realização do estágio, em especial na colaboração no redesenho da estrutura interna da página na Internet da Câmara Municipal de Oliveira de Frades aliado com a pesquisa bibliográfica permitiu tomar conhecimento do Índice de Transparência e do estudo *Presença na Internet das Câmaras Municipais Portuguesas*, como referido anteriormente neste relatório. No

entanto, o Índice de Transparência serve de apoio à análise do nível de transparência do Município com base em setenta e seis (76) indicadores que se encontram agrupados em sete (7) dimensões, e o estudo *Presença na Internet das Câmaras Municipais Portuguesas* avalia os *websites* das 308 Câmaras Municipais Portuguesas com base em trinta e um (31) indicadores divididos em quatro (4) critérios, não estando incluídos nestes as perceções dos cidadãos relativamente ao que é analisado, nem estão incluídos outros meios de comunicação *online*.

Tendo em atenção o conceito de qualidade, que se encontra relacionado com a capacidade de um produto ou serviço atender perfeitamente às necessidades do cliente, ou seja, aqueles que são percebidos por estes como sendo capazes de lhes proporcionar satisfação, deve-se, também, ter em atenção a perceção/opinião dos clientes, neste caso, dos cidadãos, a fim de se identificar efetivamente se um produto ou serviço é de qualidade ou não.

Por estas razões, optou-se pela realização de um inquérito, que serviu de complemento à informação recolhida dos referidos estudos, não só porque a informação analisada foi diferente destes, dado que os aspetos analisados não eram, em parte, os mesmos, e não tinham em conta a perceção/opinião dos utilizadores, no caso os munícipes, mas também porque analisavam somente os *websites* institucionais, ao contrário do inquérito, que para além dos *websites* institucionais também questionava sobre outros meios de comunicação *online*, especialmente sobre as Redes Sociais Facebook e Instagram.

Posto isto, e tendo em conta a posição da Câmara Municipal de Oliveira de Frades nos *rankings* dos dois estudos, mais especificamente na posição 208^o no *ranking* do Índice de Transparência e na posição 277^o no *ranking* do estudo *Presença na Internet das Câmaras Municipais Portuguesas*, e a informação recolhida através do inquérito, em que foi possível constatar que a maioria dos inquiridos se encontram nem muito nem pouco satisfeitos com o *website* institucional, conclui-se que ambas as análises acabam por estar em conformidade, ainda que alguns aspetos analisados e a forma como foram analisados tenham sido diferentes. Contudo, ainda que o índice e o estudo especifiquem quais os indicadores analisados, permitindo dessa forma que as Câmaras alterem os pontos necessários a fim de conseguir estar em conformidade com o que é analisado e dessa forma ter mais cotação nos *rankings*, estes não têm em conta as perspetivas e as opiniões dos cidadãos. No entanto, através do inquérito, foi possível analisar essas perspetivas, especialmente a nível de satisfação com o meio de comunicação *online*, e a opinião destes quanto ao que poderia ser melhor neste. Dessa forma, caso a Câmara quisesse implementar um plano de melhoria no *website* teria muita mais informação a ter em conta, podendo assim fazer um plano ainda melhor.

Porém, os *websites* não são a única forma de *e-government*, nem o único instrumento disponível capaz de fornecer informação e permitir que o cidadão entre em contacto com os organismos públicos. Outros meios de comunicação *online*, como as Redes Sociais, podem ser utilizados, de forma eficaz, pelas entidades públicas, sendo que estas possibilitam outras formas de interação com os cidadãos e até mesmo que a informação chegue de diferentes formas a estes. Posto isto, também foram analisados no inquérito, da mesma forma que os *websites*, as páginas dos Municípios no Facebook e no Instagram.

Por fim, através do inquérito depreendeu-se também que é dada, pelos inquiridos, muita importância aos meios de comunicação *online*, pelo que se deve apostar cada vez mais nestes, sendo que poderão apresentar imensas potencialidades, em especial numa maior participação por parte dos cidadãos, e ainda num maior relacionamento entre estes e as entidades públicas.

2. Limitações e Investigações Futuras

Qualquer trabalho só por si já tem as suas limitações e este não foi diferente. Dado o ano atípico, estas intensificaram-se ainda mais, o que levaram a diversas adaptações não só ao longo do trabalho, especialmente no instrumento de recolha de dados, mas também ao nível do estágio, uma vez que com a pandemia este foi suspenso durante quase dois meses. Contudo, a maior dificuldade sentiu-se na obtenção de respostas ao inquérito *online*, mesmo que este fosse partilhado de diversas formas possíveis e tenha chegado a um bom número de pessoas. Tendo em conta o número de pessoas a que chegou o questionário, poucas foram as que responderam. Como é óbvio quanto mais pessoas respondessem mais dados se analisariam e mais informação se recolheria, o que constituiria ainda mais conhecimento para o tema em estudo.

Dessa forma, e com vista a investigações futuras, considera-se que seria interessante analisar os dados não só numa escala mais alargada, tanto a nível Nacional como a nível Local, mas também ter em conta outros aspetos. Muitas são as dimensões possíveis de analisar, e de bastante interesse, ainda para mais dado que o tema dos meios de comunicação *online* é muito vasto, já para não falar que na sociedade de hoje em dia, são cada vez mais utilizados e, portanto, adquirem cada vez mais importância, sendo, portanto, relevante estudá-los.

“What we know is a drop, what we don’t know is an ocean.”

(Isaac Newton)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves, A. A., & Moreira, J. M. (2004). Cidadania Digital E Democratização. In SPI – Sociedade Portuguesa de Inovação (Ed.), *Design* (pp. 1–96).
- Alves, A. C. (2017). A percepção da qualidade na prestação de serviços públicos: estudo de caso de um centro de saúde, na cidade de Campina Grande - Paraíba. *Pensamento & Realidade*, v. 32(n. 4), 74–93.
- Amaral, D. F. Do. (2009). Curso de Direito Administrativo. *Evaluation*.
- Andrade, A., Evaristo, C., Nolasco, I., Orvalho, J., Zilhão, M. J., Ôchoa, P., & Neto, S. (2004). Programa Qualidade do Ministério da Segurança Social e do Trabalho: um Modelo Integrado de Aplicação da CAF. In *Secretaria-Geral do Ministério da Segurança Social e do Trabalho*.
- Araújo, J. F. F. E. de. (2005). A Reforma Administrativa em Portugal: em busca de um novo paradigma. *Eixo Atlântico: Revista Da Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal*, Nº6, 83–92.
- Araújo, J. F. F. E. de. (2007). *Avaliação da gestão pública: a administração pós burocrática*.
- Assembleia da República. (1999). Decreto-Lei n.º 166-A/99. *Diário Da República n.º 111, I Série A*, 2, 2564 (2)-(6).
- Baptista, M. H. (2017). *Administração Pública Comparada: avaliação de alguns casos representativos de reformas administrativas na Holanda, Reino Unido, Nova Zelândia e Portugal*.
- Barnes, S., & Vidgen, R. (2004). Interactive E-Government: Evaluating the Web Site of the UK Inland Revenue. In *Journal of Electronic Commerce in Organizations* (Vol. 2, Issue 1).
- Belanger, F., & Hiller, J. S. (2006). A framework for e-government: Privacy implications. *Business Process Management Journal*, 12(1 SPEC. ISS.), 48–60.
- Born, C., Meschede, C., Siebenlist, T., & Mainka, A. (2019). Pushing Open Government Through Social Media. *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Bryer, T. A., & Zavattaro, S. M. (2011). Social Media and Public Administration. *Administrative Theory & Praxis*, 33(3), 325–340.
- Câmara Municipal de Oliveira de Frades. (2019). *Relatório de Gestão 2019*. Portal - <https://www.cm-ofrades.com>
- Cardoso, T., & Gouveia, L. (2013). As redes sociais e a Web 2.0 nas Bibliotecas Públicas do Distrito de Aveiro. *Revista Do Departamento de Inovação, Ciência e Tecnologia (DICT)*, 4, 67–73.
- Carvalho, A. F. de. (2012). *Aspetos críticos relativos ao eGovernment*. Universidade Aberta.
- Carvalho, M. F. De. (2011). Gestão pública: um novo paradigma para a governação da administração local em portugal. *8º Congresso Nacional de Administração Pública*, 309–333.
- Carvalho, M. T. G. (2006). *A Nova Gestão Pública, as reformas no sector da saúde e os profissionais de enfermagem com funções de gestão em Portugal*. Universidade de Aveiro.
- Chen, H. (2002). Digital Government: Technologies and practices. *Decision Support Systems*, 34(3), 223–227.
- Chun, S. A., Shulman, S., Sandoval, R., & Hovy, E. (2010). Government 2.0: Making connections between citizens, data and government. *Information Polity*, 15(1–2), 1–9.
- Código do Procedimento Administrativo (CPA) | DRE, Pub. L. No. ° 4, Diário da República n.º 4/2015, Série I de 2015-01-07 1 (2015). <https://dre.pt/legislacao-consolidada/-/lc/105602322/view>

- Criado, J. I., & Rojas-Martín, F. (2013). Social media and public administration in Spain: A comparative analysis of the regional level of government. In *E-Government Success around the World: Cases, Empirical Studies, and Practical Recommendations* (pp. 276–298). IGI Global.
- Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de Novembro, Pub. L. No. 442 (1991).
http://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=480&tabela=leis
- Denhardt, R. B., & Denhardt, J. V. (2000). The new public service: Serving rather than steering. *Public Administration Review*, 60(6), 549–559.
- Di Maio, A., & Baum, C. H. (2000). *Gartner's Four Phases of E-Government Model*.
- Dias, J. G. G. de P. (2006). *Arquitetura de suporte à integração de serviços no governo eletrônico*. Universidade de Aveiro.
- Direção-Geral da Administração e do Emprego Público. (2004). *ORGANIZAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO DO ESTADO Administração Pública*.
- Driessen, H., Duivenboden, H. van, During, R., Frissen, V., Hoving, D., Ponsioen, A., & Staden, M. van. (2004). *EUREXEMP - final report, final version DOES E-GOVERNMENT PAY OFF?*
- Fernandes, C. C. C. F. (2012). *Maturidade do governo eletrônico : análise de experiências*. 1–46.
- Fortin, M.-F. (2003). *O Processo de Investigação: Da concepção à realização*. Lusociência.
- Gao, X., & Lee, J. (2017). E-government services and social media adoption: Experience of small local governments in Nebraska state. *Government Information Quarterly*, 34(4), 627–634.
- Glasse, O., & Glasse, O. F. (2005). A Proximity Indicator for e-Government: The Smallest Number of Clicks. *Journal of E-Government*, 1(4), 5–20.
- Gomes, P. J. P. (2004). *A evolução do conceito de qualidade: dos bens manufacturados aos serviços de informação*. 2, 6–18.
- Gouveia, L. B. (2003). Autarquias Digitais: promessas e desafios. *Cidades e Regiões Digitais-Impacto Nas Cidades e Nas Pessoas*, 187–194.
- Gouveia, L. B. (2004). Local e-government: a governação digital na autarquia (Livro V - Coleção Inovação e Governância nas autarquias). In S.-S. P. de Inovação (Ed.), *Inovação e Governação nas Autarquias* (Issue Dezembro, pp. 1–126).
- Graafland-essers, I., & Etedgui, E. (2003). Benchmarking e-government in Europe and the US. In *Society* (pp. 1–81). RAND.
- Hood, C. (1991). A Public Management for all seasons? *Public Administration*, 69(1), 3–19.
- Joseph, S. R. (2015). Advantages and disadvantages of e-government implementation: literature review. *International Journal of Marketing and Technology*, 5(9), 18–34.
- King, C., & Stivers, C. (1998). *Government Is Us: Public Administration in an Anti-government Era*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Kohn, K., & Moraes, C. H. De. (2007). O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares Da Comunicação*, 1–13.
- Krohling Kunsch, M. (2007). Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. *Signo y Pensamiento*, 26(51), 38–51.
- Layne, K., & Lee, J. (2001). Developing fully functional E-government: A four stage model. *Government*

- Information Quarterly*, 18(2), 122–136.
- Leigh, A., & Atkinson, R. D. (2001). *Breaking Down Bureaucratic Barriers: The next phase of digital government*. Progressive Policy Institute
- Leite, L. de O., & Rezende, D. A. (2015). E-GOV.estratégico: Governo Eletrônico para Gestão do Desempenho da Administração Pública. In *E-GOV.estratégico: Governo Eletrônico para Gestão do Desempenho da Administração Pública*. Editora Appris Ltda.
- Li, Y., & Shang, H. (2020). Service quality, perceived value, and citizens' continuous-use intention regarding e-government: Empirical evidence from China. *Information and Management*, 57(3), 103197.
- Lobo, R. N. (2019). *Gestão da Qualidade*. Saraiva Educação S.A.
- Longo, R. M. J. (1996). Gestão da Qualidade: Evolução Histórica, Conceitos Básicos e Aplicação na Educação. *Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada Públ.*
- Louro, A. I., & Lourenço, L. (2012). A integração do Balanced Scorecard e da Common Assessment Framework como instrumentos de qualidade nos serviços públicos. *TMQ - TECHNIQUES, METHODOLOGIES AND QUALITY REVIEW*, 3, 80–97.
- Madureira, C. (2015). A reforma da Administração Pública Central no Portugal democrático: Do período pós-revolucionário à intervenção da troika. *Revista de Administracao Publica*, 49(3), 547–562.
- Magalhães, L. T. (2005). O Desafio de Hoje para Sociedade da Informação : estimular a procura de serviços baseados em TIC.
- Maramura, T. C., Dambuza, P., & Jaka, H. (2017). Realizing E-government access for socio-economic development in rural areas. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15(26), 597–609.
- Mateus, J. C. (2008). O Governo Electrónico, a sua aposta em Portugal e a importância das Tecnologias de Comunicação para a sua estratégia. *Tékhne - Revista de Estudos Politécnicos*, VI(9), 23–48.
- Ministério da Ciência e Tecnologia. (2001). Despacho (extracto) n.º 6568/2001 (2.ª série). *Diário Da República*.
- Miranda, L., Morais, C., Alves, P., & Dias, P. (2011). Redes sociais na aprendizagem. *Educação e Tecnologias: Reflexão, Inovação e Práticas.*, 1ª, 978–989.
- MSI. (1997). *Livro Verde para a Sociedade da Informacao em Portugal*.
- Município de Oliveira de Frades. (2015). *Planta de Enquadramento Regional*. Portal - <https://www.cm-ofrades.com>
- Nations, U. (2003). UN Global E-government Survey 2003. *Undesa*, 1–114.
- Neto, P., & Martins, R. (1998). Indicadores de desempenho para a gestão pela qualidade total: uma proposta de sistematização. *Gestão & Produção*, 5(3), 298–311.
- Nolasco, M. I. (2004). A evolução da qualidade na Administração Pública Portuguesa. *Cadernos BAD*, 2004(2), 33–47.
- Nunes, A. M. (2015). A Reforma da Administração Pública Aplicada ao Setor da Saúde: A Experiência Portuguesa. *Revista Gestão Em Sistemas de Saúde*, 4(2), 1–8.
- O que são autarquias locais?* (n.d.). Direitos e Deveres Dos Cidadãos. Retrieved July 10, 2020, from <https://www.direitosedeveres.pt/q/o-cidadao-o-estado-e-as-instituicoes-internacionais/poder->

local/o-que-sao-autarquias-locais

- OECD. (2001). Citizens as Partners: Information, Consultation and Public Participation in Policy-Making. *OECD Handbook*, 20(424473), 163–178.
- Oliveira, J. N., Santos, L. D. dos, & Amaral, L. A. M. do. (2003). *Guia de Boas Práticas na Construção de Web Sites da Administração Directa e Indirecta do Estado*.
- Oliveira, O. J. (2003). *Gestão da Qualidade Tópicos Avançados*. Thomson.
- Omar, K., Scheepers, H., & Stockdale, R. (2011). eGovernment service quality assessed through the public value lens. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 6846 LNCS, 431–440.
- Padullés, J. B., Batlle, A., & Padró-Solanet, A. (2015). The impact of social media in politics and public administrations. *IDP Revista de Internet Derecho y Política*, 0(20).
- Plancha, M. do A. M. (2011). *Qualidade e modernização dos serviços públicos na perspectiva do cliente interno Estudo do projecto CAT (Centro de Atendimento Telefónico) nos serviços de Finanças do distrito de Évora*. 1–28.
- PORDATA. (2020). <https://www.pordata.pt/>
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. Van. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva.
- Qutaishat, F. T. (2012). Users' Perceptions towards Website Quality and Its Effect on Intention to Use E-government Services in Jordan. *International Business Research*, 6(1).
- Ramos, S. (2008). *Tecnologias da Informação e Comunicação*. Retrieved July 10, 2020, from <https://docplayer.com.br/877920-Tecnologias-da-informacao-e-comunicacao.html>
- República, A. da. (2005). Constituição da república portuguesa. *Assembleia Da República Portuguesa*, 91.
- Resolução do Conselho de Ministros n. 95/99*. (1999). 5763–5764.
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 135/2002*, 7298 (2002).
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 22/2001*. (2001).
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 107/2003*, Presidência do Conselho de Ministros, 4794 (2003).
- Rocha, Á., Trindade, P., & Teixeira, P. (2004). Governo Electrónico Local: O Caso das Juntas de Freguesia. *Sociedade Da Informação: Balanço e Implicações, January*, 65–72.
- Rocha, J. A. O. (2001). As Relações entre o Poder Político e os Funcionários. *As Relações Entre o Poder Político e Os Funcionários*.
- Rodrigues, R. M. (2007). *Pesquisa Acadêmica: como facilitar o processo de preparação de suas etapas*. Atlas.
- Sá, P. M. e, & Sintra, O. F. (2008). Modernização administrativa e gestão da qualidade: um estudo empírico nos municípios portugueses. *Notas Económicas*, 27, 57–81.
- Sandel, M. (1996). *Democracy's Discontent*. Cambridge, MA: Belknap Press.
- Santos, L. D. dos, & Amaral, L. (2003). *O e-Government* (pp. 28–31). Grupo Algebrica.
- Saragoça, J., Silva, C. da, & Fialho, J. (2014). Governo Electrónico Local e Participação Cidadã: um estudo prospectivo em municípios do Alentejo (Portugal). In *Europa Cidadã : pessoas , empresas e instituições* (pp. 16–43). Escola de Ciências Sociais/Universidade de Évora.
- Secchi, L. (2009). Modelos organizacionais e reformas da administração pública. *Revista de*

- Administracao Publica*, 43(2), 347–369.
- Soares, D., Amaral, L., Ferreira, L. M., & Lameiras, M. (2019). Presença Na Internet Das Câmaras Municipais Portuguesas Em 2019. In *Gávea - Laboratório de Estudo e Desenvolvimento da Sociedade da Informação*.
- St-Amant, G. (2005). E Gouvernement : cadre d'évolution de l'administration électronique. In *Systèmes d'information et management* (Vol. 10, Issue 1).
- Sukasame, N. (2004). The development of e-service in Thai government. *BU Academic Review*, 3(1), 17–24.
- Transparência e Integridade Associação Cívica. (2017). *Índice de Transparência Municipal: Apresentação e Indicadores*. 1–43.
- UMIC. (2003). *Uma Nova Dimensão de Oportunidades Plano de Ação para a Sociedade da Informação*.
- UNDESA, U. (2002). Benchmarking E-government: A Global Perspective Assessing the Progress of the UN Member States. *United Nations Division for Public Economics and Public Administration and American Society for Public Administration*.
- Vidigal, L. (2005). A Face Oculta da Administração Pública Electrónica—Uma Abordagem Sócio-Técnica. *Sistemas de Informação Organizacionais*, 525–552.
- Vidigal, L. (2013). *A Reforma da Administração Pública à luz dos Sistemas de Informação*. 466–489.
- Yin, R. K. (2014). Case study research: Design and methods (5th ed.). In *Thousand Oaks, CA: SAGE Publications*.

ANEXOS

Anexo I – Lista dos *websites* analisados

Distrito	Municípios	Índice de Transparência (2017)	Ranking IT (2017)	IPIC (2019)	Ranking IPIC (2019)
Distrito de Bragança	Alfândega da Fé	90,66	1	0,563	17
Distrito de Faro	Vila do Bispo	90,66	1	0,522	33
Distrito de Viana do Castelo	Vila Nova de Cerveira	90,25	3	0,668	1
Distrito de Viana do Castelo	Arcos de Valdevez	86,95	4	0,577	9
Distrito de Vila Real	Santa Marta de Penaguião	86,54	5	0,442	129
Distrito de Viseu	Cinfães	83,24	9	0,506	46
Distrito de Leiria	Leiria	82,83	10	0,528	31
Distrito de Viseu	Carregal do Sal	79,67	16	0,499	53
Distrito de Aveiro	Mealhada	78,57	20	0,543	24
Distrito de Viseu	Armamar	74,31	30	0,566	15
Distrito de Viseu	Viseu	72,66	38	0,381	227
Distrito do Porto	Maia	70,74	46	0,615	4
Distrito de Aveiro	Vale de Cambra	69,78	48	0,498	54
Distrito do Porto	Porto	68,13	52	0,576	10
Distrito de Braga	Braga	67,86	55	0,447	123
Distrito de Vila Real	Vila Real	66,62	60	0,505	48
Distrito de Viseu	Moimenta da Beira	66,48	61	0,510	43
Distrito de Aveiro	Vagos	64,70	68	0,608	5
Distrito de Viseu	Lamego	64,42	71	0,482	67
Distrito de Aveiro	Ílhavo	64,29	73	0,515	37
Distrito de Lisboa	Cascais	63,74	75	0,618	3
Distrito de Santarém	Santarém	61,54	87	0,460	99
Distrito de Viseu	Penalva do Castelo	60,99	91	0,382	226
Distrito de Aveiro	Albergaria-a-Velha	60,3	95	0,407	182
Distrito de Viseu	Vouzela	59,48	102	0,473	81
Distrito de Vila Real	Murça	57,83	111	0,642	2
Distrito de Viseu	São João da Pesqueira	57,69	113	0,454	109
Distrito de Portalegre	Portalegre	56,73	117	0,385	217
Distrito de Aveiro	Ovar	56,32	119	0,438	132
Distrito de Viana do Castelo	Viana do Castelo	55,36	126	0,530	30
Distrito de Aveiro	Águeda	53,6	135	0,488	62
Distrito de Aveiro	Sever do Vouga	53,02	139	0,479	69
Distrito de Castelo Branco	Castelo Branco	52,75	140	0,368	239
Distrito de Lisboa	Lisboa	52,06	144	0,542	25
Distrito de Aveiro	São João da Madeira	50,96	152	0,382	225
Distrito de Bragança	Bragança	50,13	158	0,573	12
Distrito de Viseu	Mangualde	49,31	159	0,406	183
Distrito de Viseu	Mortágua	49,31	160	0,331	274
Distrito de Aveiro	Estarreja	49,04	161	0,400	194
Distrito de Aveiro	Oliveira de Azeméis	48,62	164	0,478	72
Distrito de Évora	Évora	48,35	165	0,363	248
Distrito de Viseu	São Pedro do Sul	48,07	167	0,384	222
Distrito de Aveiro	Castelo de Paiva	47,25	172	0,413	169
Distrito da Guarda	Guarda	46,98	175	0,322	284
Distrito de Aveiro	Oliveira do Bairro	44,78	188	0,469	85
Distrito de Coimbra	Coimbra	43,13	196	0,479	69
Distrito de Viseu	Sátão	42,04	200	0,342	263
Distrito de Viseu	Oliveira de Frades	40,52	208	0,329	277
Distrito de Viseu	Tondela	39,84	210	0,365	243
Distrito de Aveiro	Espinho	37,91	223	0,433	135
Distrito de Aveiro	Santa Maria da Feira	37,36	227	0,425	150
Distrito de Viseu	Santa Comba Dão	37,22	228	0,466	89
Distrito de Viseu	Penedono	36,95	230	0,300	301
Distrito de Aveiro	Anadia	36,82	231	0,391	209
Distrito de Aveiro	Arouca	35,99	236	0,310	295
Distrito de Viseu	Vila Nova de Paiva	35,44	243	0,384	220
Distrito de Beja	Beja	35,02	245	0,338	266
Distrito de Viseu	Tarouca	34,47	249	0,417	162
Distrito de Viseu	Nelas	32,96	257	0,338	265
Distrito de Aveiro	Aveiro	32,55	261	0,402	190
Distrito de Viseu	Resende	32,00	265	0,239	306
Distrito de Viseu	Tabuaço	31,59	269	0,419	158
Distrito de Viseu	Sernancelhe	31,04	271	0,211	307
Distrito de Viseu	Castro Daire	30,49	274	0,279	302
Distrito de Aveiro	Murtosa	29,25	280	0,384	219
Distrito de Faro	Faro	28,84	282	0,351	258
Distrito de Setúbal	Setúbal	27,74	289	0,446	124

2. Anexo II – Inquérito por Questionário

O potencial dos meios de comunicação online na melhoria do relacionamento entre a Administração Pública e os Municípios

O presente inquérito, para o qual solicito a sua colaboração, tem como objetivo a recolha de dados no âmbito de um projeto de investigação do Mestrado em Administração e Gestão Pública da Universidade de Aveiro, sob a orientação científica da Prof.ª Doutora Marlene Amorim.

Com este estudo pretende-se contribuir para o entendimento de como é que os meios de comunicação online podem possibilitar a melhoria da qualidade dos serviços, a melhoria da interação e, consequentemente, da relação das instituições públicas com os cidadãos.

A sua participação é voluntária, sendo que pode desistir do preenchimento do questionário a qualquer momento, sem precisar de explicar as razões e sem sofrer qualquer penalização.

O tempo estimado de preenchimento do questionário é de aproximadamente 10 (dez) minutos.

O questionário é anónimo, pelo que as informações recolhidas são confidenciais e os resultados obtidos serão divulgados somente de forma agregada no meio académico.

Se tiver questões sobre o estudo pode colocá-las através do seguinte mail: carmen.silva@ua.pt

Agradeço desde já a sua colaboração.

Atentamente, a aluna: Cármen Silva

*Obrigatório

Consentimento informado

1. Declaro que fui devidamente informado/a de que o estudo se destina a entender o potencial dos meios de comunicação online na melhoria da qualidade dos serviços, da interação e da relação das instituições públicas com os cidadãos. Aceito de forma voluntária participar no referido estudo. Tenho conhecimento que sou livre de desistir do estudo a qualquer momento, sem precisar de explicar as razões e sem sofrer qualquer penalização por este facto. Foi-me garantido que todos os dados relativos à identificação dos participantes são confidenciais. Autorizo o uso dos resultados do estudo para fins exclusivamente científicos e, em particular, aceito que estes resultados sejam divulgados, desde que garantido a confidencialidade e o anonimato. *

Marcar apenas uma oval.

Aceito

Dados Sociodemográficos

2. Género *

Marcar apenas uma oval.

Feminino

Masculino

Outra: _____

3. Idade *

4. Habilitações Literárias *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino básico
- Ensino secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento
- Outra: _____

5. Situação Laboral *

Marcar apenas uma oval.

- Estudante
- Trabalhador estudante
- Empregado por conta própria
- Empregado por conta de outrem
- Desempregado
- Reformado
- Outra: _____

6. Município onde reside *

Marcar apenas uma oval.

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="radio"/> Abrantes | <input type="radio"/> Alter do Chão | <input type="radio"/> Beja |
| <input type="radio"/> Águeda | <input type="radio"/> Alvaiázere | <input type="radio"/> Belmonte |
| <input type="radio"/> Aguiar da Beira | <input type="radio"/> Alvito | <input type="radio"/> Benavente |
| <input type="radio"/> Alandroal | <input type="radio"/> Amadora | <input type="radio"/> Bombarral |
| <input type="radio"/> Albergaria a Velha | <input type="radio"/> Amarante | <input type="radio"/> Borba |
| <input type="radio"/> Albufeira | <input type="radio"/> Amares | <input type="radio"/> Boticas |
| <input type="radio"/> Alcácer do Sal | <input type="radio"/> Anadia | <input type="radio"/> Braga |
| <input type="radio"/> Alcanena | <input type="radio"/> Angra do Heroísmo | <input type="radio"/> Bragança |
| <input type="radio"/> Alcobaca | <input type="radio"/> Ansião | <input type="radio"/> Cebeceiras de Basto |
| <input type="radio"/> Alcochete | <input type="radio"/> Arcos de Valdevez | <input type="radio"/> Cadaval |
| <input type="radio"/> Alcoutim | <input type="radio"/> Arganil | <input type="radio"/> Caldas da Rainha |
| <input type="radio"/> Alenquer | <input type="radio"/> Armamar | <input type="radio"/> Calheta (Açores) |
| <input type="radio"/> Alfândega da Fé | <input type="radio"/> Arouca | <input type="radio"/> Calheta (Madeira) |
| <input type="radio"/> Alijó | <input type="radio"/> Arraiolos | <input type="radio"/> Câmara de Lobos |
| <input type="radio"/> Aljezur | <input type="radio"/> Arronches | <input type="radio"/> Caminha |
| <input type="radio"/> Aljustrel | <input type="radio"/> Arruda dos Vinhos | <input type="radio"/> Campo Maior |
| <input type="radio"/> Almada | <input type="radio"/> Aveiro | <input type="radio"/> Cantanhede |
| <input type="radio"/> Almeida | <input type="radio"/> Avis | <input type="radio"/> Carraceda de Ansiães |
| <input type="radio"/> Almeirim | <input type="radio"/> Azambuja | <input type="radio"/> Carregal do Sal |
| <input type="radio"/> Almodôvar | <input type="radio"/> Baião | <input type="radio"/> Cartaxo |
| <input type="radio"/> Alpiarça | <input type="radio"/> Barcelos | <input type="radio"/> Cascais |
| | <input type="radio"/> Barrancos | <input type="radio"/> Castanheira de Pera |
| | <input type="radio"/> Barreiro | <input type="radio"/> Castelo Branco |
| | <input type="radio"/> Batalha | <input type="radio"/> Castelo de Paiva |

- Fafe
- Faro
- Felgueiras
- Ferreira do Alentejo
- Ferreira do Zêzere
- Figueira da Foz
- Figueira de Castelo Rodrigo
- Figueiró dos Vinhos
- Fornos de Algodres
- Freixo de Espada à Cinta
- Fronteira
- Funchal
- Fundão
- Gavião
- Góis
- Golegã
- Gondomar
- Gouveia
- Grândola
- Guarda
- Guimarães
- Horta
- Idanha a Nova
- Ílhavo

- Matosinhos
- Mealhada
- Mêda
- Melgaço
- Mértola
- Mesão Frio
- Mira
- Miranda do Carvo
- Miranda do Douro
- Mirandela
- Mogadouro
- Moimenta da Beira
- Moita
- Monção
- Monchique
- Mondim de Basto
- Monforte
- Montalegre
- Montemor o Novo
- Montemor o Velho
- Montijo
- Mora
- Mortágua
- Moura

- Castelo de Vide
- Castro Daire
- Castro Marim
- Castro Verde
- Celorico da Beira
- Celorico de Basto
- Chamusca
- Chaves
- Cinfães
- Coimbra
- Condeixa a Nova
- Constância
- Coruche
- Corvo
- Covilhã
- Crato
- Cuba
- Elvas
- Entroncamento
- Espinho
- Esposende
- Estarreja
- Estremoz
- Évora

- Mourão
- Murça
- Murtosa
- Nazaré
- Nelas
- Nisa
- Nordeste
- Óbidos
- Odemira
- Odivelas
- Oeiras
- Oleiros
- Olhão
- Oliveira de Azeméis
- Oliveira de Frades
- Oliveira do Bairro
- Oliveira do Hospital
- Ourém
- Ourique
- Ovar
- Paços de Ferreira
- Palmela
- Pampilhosa da Serra
- Paredes

- Lagoa (Açores)
- Lagoa (Algarve)
- Lagos
- Lajes das Flores
- Lajes do Pico
- Lamego
- Leiria
- Lisboa
- Loulé
- Loures
- Lourinhã
- Lousã
- Lousada
- Mação
- Macedo de Cavaleiros
- Machico
- Madalena
- Mafra
- Maia
- Mangualde
- Manteigas
- Marco de Canaveses
- Marinha Grande
- Marvão

- Paredes de Coura
- Pedrógão Grande
- Penacova
- Penafiel
- Penalva do Castelo
- Penamacor
- Penedono
- Penela
- Peniche
- Peso da Régua
- Pinhel
- Pombal
- Ponta Delgada
- Ponta do Sol
- Ponte da Barca
- Ponte de Lima
- Ponte de Sor
- Portalegre
- Portel
- Portimão
- Porto
- Porto de Mós
- Porto Moniz
- Porto Santo

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Póvoa de Lanhoso | <input type="checkbox"/> Santo Tirso | <input type="checkbox"/> Tabuaço |
| <input type="checkbox"/> Póvoa de Varzim | <input type="checkbox"/> São Brás de Alportel | <input type="checkbox"/> Tarouca |
| <input type="checkbox"/> Povoação | <input type="checkbox"/> São João da Madeira | <input type="checkbox"/> Tavira |
| <input type="checkbox"/> Praia da Vitória | <input type="checkbox"/> São João da Pesqueira | <input type="checkbox"/> Terras de Bouro |
| <input type="checkbox"/> Proença a Nova | <input type="checkbox"/> São Pedro do Sul | <input type="checkbox"/> Tomar |
| <input type="checkbox"/> Redondo | <input type="checkbox"/> São Roque do Pico | <input type="checkbox"/> Tondela |
| <input type="checkbox"/> Reguengos de Monsaraz | <input type="checkbox"/> São Vicente | <input type="checkbox"/> Torre de Moncorvo |
| <input type="checkbox"/> Resende | <input type="checkbox"/> Sardoal | <input type="checkbox"/> Torres Novas |
| <input type="checkbox"/> Ribeira Brava | <input type="checkbox"/> Sátão | <input type="checkbox"/> Torres Vedras |
| <input type="checkbox"/> Ribeira de Pena | <input type="checkbox"/> Seia | <input type="checkbox"/> Trancoso |
| <input type="checkbox"/> Ribeira Grande | <input type="checkbox"/> Seixal | <input type="checkbox"/> Trofa |
| <input type="checkbox"/> Rio Maior | <input type="checkbox"/> Sernancelhe | <input type="checkbox"/> Vagos |
| <input type="checkbox"/> Sabrosa | <input type="checkbox"/> Serpa | <input type="checkbox"/> Vale de Cambra |
| <input type="checkbox"/> Sabugal | <input type="checkbox"/> Sertã | <input type="checkbox"/> Valença |
| <input type="checkbox"/> Salvaterra de Magos | <input type="checkbox"/> Sesimbra | <input type="checkbox"/> Valongo |
| <input type="checkbox"/> Santa Comba Dão | <input type="checkbox"/> Setúbal | <input type="checkbox"/> Valpaços |
| <input type="checkbox"/> Santa Cruz (Madeira) | <input type="checkbox"/> Sever do Vouga | <input type="checkbox"/> Velas |
| <input type="checkbox"/> Santa Cruz da Graciosa | <input type="checkbox"/> Silves | <input type="checkbox"/> Vendas Novas |
| <input type="checkbox"/> Santa Cruz das Flores | <input type="checkbox"/> Sines | <input type="checkbox"/> Viana do Alentejo |
| <input type="checkbox"/> Santa Maria da Feira | <input type="checkbox"/> Sintra | <input type="checkbox"/> Viana do Castelo |
| <input type="checkbox"/> Santa Marta de Penaguião | <input type="checkbox"/> Sobral de Monte Agraço | <input type="checkbox"/> Vidigueira |
| <input type="checkbox"/> Santana | <input type="checkbox"/> Soure | <input type="checkbox"/> Vieira do Minho |
| <input type="checkbox"/> Santarém | <input type="checkbox"/> Sousel | <input type="checkbox"/> Vila de Rei |
| <input type="checkbox"/> Santiago do Cancém | <input type="checkbox"/> Tábua | <input type="checkbox"/> Vila do Bispo |
| <input type="checkbox"/> Vila do Conde | | |
| <input type="checkbox"/> Vila do Porto | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Flor | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Franca de Xira | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Franca do Campo | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Nova da Barquinha | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Nova de Cerveira | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Nova de Famalicão | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Nova de Foz Côa | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Nova de Gaia | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Nova de Paiva | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Nova de Poiares | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Pouca de Aguiar | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Real | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Real de Santo António | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Velha de Ródão | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Verde | | |
| <input type="checkbox"/> Vila Viçosa | | |
| <input type="checkbox"/> Vimioso | | |
| <input type="checkbox"/> Vinhais | | |
| <input type="checkbox"/> Viseu | | |
| <input type="checkbox"/> Vizela | | |
| <input type="checkbox"/> Vouzela | | |

Meios de comunicação online

7. Qual a importância que atribui aos meios de comunicação online? *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito importante

8. Quais os meios de comunicação online que utiliza e com que frequência? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Diariamente	Semanalmente	Mensalmente	Ocasionalmente	Não utilizo
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Linkedin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WhatsApp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Messenger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skype	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snapchat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Websites	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Para qual finalidade utiliza os meios de comunicação online? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Raramente	Algumas vezes	Quase sempre	Sempre
Lazer e entretenimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estudo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manter-me informado sobre o que se passa ao meu redor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partilhar informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Qual dos seguintes dispositivos utiliza para aceder aos meios de comunicação online e com que frequência? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Diariamente	Semanalmente	Mensalmente	Ocasionalmente	Não possui
Telemóvel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computador portátil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computador fixo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tablet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Meios de comunicação online nos Municípios

11. Relativamente ao seu município: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Sim	Não	Município não possui
Segue a página do Facebook do seu município?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segue a página do Instagram do seu município?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Já visitou o Website do seu município?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Em que medida as seguintes razões foram/são importantes para seguir a página no Facebook do seu município? *

Na eventualidade de não seguir a página no Facebook e/ou o seu município não possuir página no Facebook, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Nem muito nem pouco importante	Importante	Extremamente importante	Não aplicável
Manter-me informado sobre o município e o concelho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ficar a saber de atividades e eventos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poder expressar mais facilmente a minha opinião sobre determinado assunto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curiosidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Em que medida as seguintes razões foram/são importantes para seguir a página no Instagram do seu município? *

Na eventualidade de não seguir a página no Instagram e/ou o seu município não possuir página no Instagram, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Nem muito nem pouco importante	Importante	Extremamente importante	Não aplicável
Manter-me informado sobre o município e o concelho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ficar a saber de atividades e eventos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poder expressar mais facilmente a minha opinião sobre determinado assunto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curiosidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Em que medida as seguintes razões foram/são importantes para visitar o website do seu município? *

Na eventualidade de não ter visitado o website escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Nem muito nem pouco importante	Importante	Extremamente importante	Não aplicável
Pesquisar/obter informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procurar oportunidades de emprego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realizar trabalhos académicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fazer uma sugestão e/ou reclamação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curiosidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Em que medida as seguintes razões foram/são importantes para não seguir a página no Facebook do seu município? *

Na eventualidade de seguir a página no Facebook, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Nem muito nem pouco importante	Importante	Extremamente importante	Não aplicável
Não me passou pela ideia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não acho necessário	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não é algo que me interessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nunca foi preciso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não possuo página no Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O município não possui página no Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Em que medida as seguintes razões foram/são importantes para não seguir a página no Instagram do seu município? *

Na eventualidade de seguir a página no Instagram, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Nem muito nem pouco importante	Importante	Extremamente importante	Não aplicável
Não me passou pela ideia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não acho necessário	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não é algo que me interessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nunca foi preciso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não possuo página no Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O município não possui página no Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Com que frequência: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Diariamente	Semanalmente	Mensalmente	Ocasionalmente	Nunca procurei/visitei
Procura informação no Facebook do seu município?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procura informação no Instagram do seu município?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visita o Website do seu município?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Relativamente a outros municípios *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Sim	Não
Segue a página do Facebook de outros municípios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segue a página do Instagram de outros municípios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Já visitou o Website de outros municípios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Em que medida as seguintes razões foram/são importantes para seguir a página no Facebook de outro município? *

Na eventualidade de não seguir a página no Facebook, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Nem muito nem pouco importante	Importante	Extremamente importante	Não aplicável
Ficar a saber de atividades e eventos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curiosidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Questões turísticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Em que medida as seguintes razões foram/são importantes para seguir a página no Instagram de outro município? *

Na eventualidade de não seguir a página no Instagram, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Nem muito nem pouco importante	Importante	Extremamente importante	Não aplicável
Manter-me informado sobre o município e o concelho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ficar a saber de atividades e eventos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poder interagir mais facilmente com todos os envolvidos na rede social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curiosidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Questões turísticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Em que medida as seguintes razões foram/são importantes para visitar o website de outro município? *

Na eventualidade de não ter visitado o website de outro município, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Nem muito nem pouco importante	Importante	Extremamente importante	Não aplicável
Pesquisar/obter informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procurar oportunidades de emprego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realizar trabalhos académicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curiosidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Questões turísticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Com que frequência: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Diariamente	Semanalmente	Mensalmente	Ocasionalmente	Nunca procurei/visitei
Procura informação no Facebook de outro município?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procura informação no Instagram de outro município?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visita o Website de outro município?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avaliação da satisfação relativamente aos meios de comunicação online utilizados pelo seu município

23. Como avalia os seguintes aspetos relativamente à qualidade da página do Facebook do seu município? *

Na eventualidade de não seguir a página no Facebook e/ou o seu município não possuir página no Facebook, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem muito nem pouco satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Não aplicável
Variedade/Leque de informações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade das informações divulgadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Âmbito das notícias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variedade de notícias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entretenimento/Curiosidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interatividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Periodicidade das atualizações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Como avalia os seguintes aspetos relativamente à qualidade da página do Instagram do seu município? *

Na eventualidade de não seguir a página no Instagram e/ou o seu município não possuir página no Instagram, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem muito nem pouco satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Não aplicável
Variedade/Leque de informações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade das informações divulgadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Âmbito das notícias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variedade de notícias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entretenimento/Curiosidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interatividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Periodicidade das atualizações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Como avalia os seguintes aspetos relativamente à qualidade do Website do seu município? *

Na eventualidade de não ter visitado o website, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem muito nem pouco satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Não aplicável
Design do Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conteúdos escritos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suportes visuais (imagens e/ou vídeos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notícias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informações Úteis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organização da informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acessibilidade à informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade da informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ferramentas de pesquisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Periodicidade das atualizações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Melhorias relativamente ao uso dos meios de comunicação online por parte dos municípios

26. O que poderia melhor na página do Facebook do seu município? *

Na eventualidade de não seguir a página no Facebook e/ou o seu município não possuir página no Facebook, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo em parte	Nem concordo nem discordo	Concordo em parte	Concordo totalmente	Não aplicável
Não há nada a melhorar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderia ser mais fácil de entender o conteúdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os conteúdos poderiam estar melhor organizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderiam adicionar mais detalhes e informações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderia haver mais interatividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. O que poderia melhor na páginas do Instagram do seu município? *

Na eventualidade de não seguir a página no Instagram e/ou o seu município não possuir página no Instagram, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo em parte	Nem concordo nem discordo	Concordo em parte	Concordo totalmente	Não aplicável
Não há nada a melhorar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderia ser mais fácil de entender o conteúdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os conteúdos poderiam estar melhor organizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderiam adicionar mais detalhes e informações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderia haver mais interatividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. Em que medida concorda ou discorda relativamente ao que poderia ser melhor no website do seu município? *

Na eventualidade de não ter visitado o website do seu município, escolha a opção "Não aplicável" em todas.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo em parte	Nem concordo nem discordo	Concordo em parte	Concordo totalmente	Não aplicável
Não há nada a melhorar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderia ser mais fácil de encontrar o que preciso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderia ser mais fácil de entender o conteúdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os conteúdos poderiam estar melhor organizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderiam adicionar mais detalhes e informações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderia ter um layout ou design melhor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poderia ser mais divulgado junto da população	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>