



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS POLICIAIS E SEGURANÇA INTERNA

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública: Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Nuno Miguel Cunha dos Santos

Dissertação de Mestrado em Ciências Policiais
Área de especialização em Gestão da Segurança

Orientação científica:

Professor Doutor Paulo Filipe de Sousa Figueiredo Machado
Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna

Setembro, 2018



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS POLICIAIS E SEGURANÇA INTERNA

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública: Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Nuno Miguel Cunha dos Santos

Dissertação de Mestrado em Ciências Policiais
Área de especialização em Gestão da Segurança

Orientação científica:

Professor Doutor Paulo Filipe de Sousa Figueiredo Machado
Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna

Setembro, 2018

Dissertação apresentada ao Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna com vista à obtenção do grau de Mestre em Ciências Policiais, na área de especialização em Gestão da Segurança, elaborada sob a orientação científica do Senhor Professor Doutor Paulo Filipe de Sousa Figueiredo Machado.

DEDICATÓRIA

*À minha mãe e ao meu pai, pela educação que me deram
e pelo amor incondicional ao longo da minha vida.*

*Aos meus filhos, Tiago e Inês, que são o mundo para mim
e a quem sou devedor do meu tempo.*

*À Mónica, pelos seis anos de partilha, dedicação, amor e
compreensão.*

AGRADECIMENTOS

A elaboração de um trabalho de natureza científica para a obtenção do grau de Mestre, neste caso, em Ciências Policiais, na área de especialização em Gestão da Segurança, é algo que requer uma investigação aprofundada e que envolve a orientação científica de alguém que conheça e domine a temática a desenvolver. Neste sentido, começo por agradecer ao meu orientador científico, Professor Doutor Paulo Machado, pelo seu precioso contributo na orientação do presente trabalho de dissertação, assim como pela sua disponibilidade incondicional ao longo do desenvolvimento da investigação, motivando-me, aconselhando-me e orientando-me sempre para conduzir a mesma a bom porto. Para além deste agradecimento, aproveito ainda para salientar as suas qualidades humanas e a amizade com que sempre me presenteou.

Agradeço também à Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública (PSP), ao Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna (ISCPSI) e ao ICPOL – Centro de Investigação pela oportunidade que me proporcionaram, através do Convite n.º 22/2015, publicado na Ordem de Serviço n.º 138 – B, II Parte, de 22 de setembro de 2015, de frequentar o VIII Curso de Mestrado em Ciências Policiais, na área de especialização em Gestão da Segurança.

Não poderia também deixar de manifestar o meu profundo agradecimento ao Senhor Diretor do ICPOL – Centro de Investigação e Coordenador do Mestrado em Ciências Policiais no ISCPSI, Subintendente/Professor Doutor Nuno Poiares, por toda a confiança, auxílio e apoio, nomeadamente ajudando-me a encontrar o orientador para desenvolver o meu trabalho de dissertação.

Aproveito também para agradecer a todos os docentes e funcionários do ISCPSI que fizeram parte do meu percurso académico, tendo-me acolhido da melhor forma e com a máxima simpatia desde o primeiro momento.

Deixo também o meu sincero agradecimento ao Intendente Hugo Palma, ao Subintendente Paulo Flor e ao Subcomissário João Moura, entretanto promovido a Comissário, pela sua disponibilidade para serem entrevistados por mim no âmbito da investigação que me propus desenvolver no presente trabalho de dissertação.

O meu sincero agradecimento aos alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais do ISCPSI que, tendo sido selecionados para fazerem parte da amostra representativa de alunos daquele Instituto, responderam ao questionário enviado, contribuindo, dessa forma, para o sucesso do trabalho que aqui apresentamos.

Aproveito também para deixar um grande agradecimento a todos aqueles que responderam ao questionário aplicado a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*, que foi partilhado por *e-mail* e na rede social *Facebook*.

Aos meus colegas do VIII Curso de Mestrado em Ciências Policiais no ISCPSI, e em particular aos das especializações de Gestão da Segurança e de Segurança Interna, o meu profundo agradecimento pelo companheirismo e incentivo em todos os momentos. Em especial, aproveito para agradecer a

amizade e o apoio do Dr. Nuno Paixão, do Comissário Rui Marta (PSP/ISCPSI) e do Chefe Francisco Rocha (PSP/Polícia Municipal de Lisboa).

Uma palavra especial de agradecimento para os dirigentes e colegas com quem tenho a honra de trabalhar no Departamento de Recursos Humanos da Direção Nacional da PSP desde 2015. A todos agradeço a forma como me acolheram, a amizade que me dispensaram e o apoio que sempre me deram. Em particular, agradeço à Senhora Chefe da Divisão de Gestão e Consultoria de Recursos Humanos, Doutora Fernanda Carneiro da Silva, pela confiança que depositou em mim desde o primeiro momento, assim como pelo apoio que sempre me deu ao longo do meu percurso académico no ISCPSI. Ainda neste capítulo, por não ser menos importante, não poderei deixar de agradecer a amizade e o apoio do meu colega de gabinete, Dr. Ricardo Sobral Soares.

Por fim e não menos importante, quero deixar um sentido agradecimento à minha família, pelo carinho e apoio que sempre me deram em todos os momentos e, em particular, nesta etapa. À minha mãe, ao meu pai (que já não está entre nós), aos meus filhos (Tiago e Inês), à minha companheira (Mónica Nunes), aos meus irmãos (Sílvio e Bela), aos meus sobrinhos, e ao meu padasto (Albertino Brito), que sempre foi como um pai para mim, o meu profundo agradecimento pelo carinho e apoio em todos os momentos, assim como por tornarem mais completa a minha existência.

RESUMO

A presente investigação tem como principal objetivo analisar em que medida é que a presença da Polícia de Segurança Pública (PSP) nas redes sociais da *Internet*, e mais concretamente no *Facebook*, contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado por esta força policial, no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, em que os cidadãos, as empresas e as instituições públicas exercem, cada vez mais, as suas atividades, de forma permanente e em tempo real, conetados em rede no ciberespaço. Neste sentido, com o intuito de dar resposta ao objetivo enunciado, foram analisados os conteúdos produzidos e partilhados no biénio 2015-2016 pela PSP na sua página no *Facebook* e, numa perspetiva comparativa a nível europeu e internacional no mesmo período, aqueles que foram produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* (Reino Unido) e pela *Police Nationale* (França) nas respetivas páginas naquela rede social. Foi também analisada a cobertura noticiosa dada pelos *media* de língua portuguesa na WWW aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP no *Facebook*, foram entrevistados elementos policiais ligados ao Gabinete de Imprensa e Relações Públicas da Direção Nacional da PSP e foram aplicados dois questionários com vista a avaliar, de um ponto de vista qualitativo, a perceção das pessoas em relação à presença da PSP na mencionada plataforma de sociabilidade: um questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet* e outro questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais do ISCPSI. Por fim, foi também analisada a atual Política de Informação da PSP. Os resultados obtidos apontam para uma avaliação positiva da presença da PSP nas redes sociais, e mais concretamente no *Facebook*, em termos de promoção da imagem da organização e de aumento da proximidade ao cidadão e da qualidade do serviço prestado por esta força de segurança.

Palavras-chave: Polícia de Segurança Pública; tecnologias de informação e de comunicação; Sociedade em Rede/da Informação; dinâmicas tecnológicas; redes sociais; *Facebook*; estratégias comunicacionais; imagem institucional; proximidade ao cidadão; qualidade do serviço.

ABSTRACT

The main objective of the present investigation is to analyze the extent to which the presence of the *Polícia de Segurança Pública* (PSP) in social networks of the Internet, and more specifically in Facebook, contributes to promote the institutional image of the organization, to increase the proximity to the citizens and to improve the quality of the service provided by this police force, in the context of the current Network/Information Society, in which citizens, businesses and public institutions are increasingly exercising their activities, on a permanent basis and in real time, networked in cyberspace. In this sense, in order to respond to the stated objective, the content produced and shared in the 2015-2016 biennium by the PSP on its Facebook page was analyzed and, from a comparative perspective at European and international level in the same period, it was also analyzed the content produced and shared by the London Metropolitan Police (UK) and the *Police Nationale* (France) on their pages on the mentioned social network. We also analyzed the news coverage given by the Portuguese language *media* on the WWW to the content produced and shared by the PSP on Facebook and interviewed police elements linked to the Office of Press and Public Relations of the National Directorate of PSP. Two questionnaires were also applied to assess from a qualitative perspective the people's perception of the presence of the PSP on the social network Facebook: one questionnaire to a non-representative sample of Internet users and another questionnaire to a random and stratified representative sample of students from the 1st to the 5th year of the ISCP SI Integrated Master's Degree in Police Sciences. Finally, the current Information Policy of the PSP was also analyzed. The results obtained point to a positive evaluation of the presence of the PSP in the social networks, and more specifically in Facebook, in terms of promoting the image of the organization and increasing both the proximity to the citizens and the quality of the service provided by this security force.

Keywords: *Polícia de Segurança Pública*; information and communication technologies; Network/Information Society; technological dynamics; social networks; Facebook; communication strategies; institutional image; proximity to the citizen; service quality.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AMA – Agência Portuguesa para a Modernização Administrativa
ARPA – *Advanced Research Projects Agency*
ASAE – Autoridade de Segurança Alimentar e Económica
AT – Autoridade Tributária e Aduaneira
CERN – Laboratório Europeu de Física de Partículas
CRP – Constituição da República Portuguesa
ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social
EUA – Estados Unidos da América
EUROPOL – *European Union Agency for Law Enforcement Cooperation*
FAA – Forças Armadas
FSS – Forças e Serviços de Segurança
GIF – *Graphics Interchange Format*
GIRP – Gabinete de Imprensa e Relações Públicas
GNR – Guarda Nacional Republicana
HTML – *Hipertext Markup Language*
HTTP – *Hypertext Transfer Protocol*
IRC – *Internet Relay Chat*
ISCPSI – Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna
ISO – *International Standards Organization*
LAN – *Local Area Network*
LOASAE – Lei Orgânica da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica
LOASEF – Lei Orgânica e Atribuições do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
LOGNR – Lei Orgânica da Guarda Nacional Republicana
LOPJ – Lei Orgânica da Polícia Judiciária
LOPSP – Lei Orgânica da Polícia de Segurança Pública
LSI – Lei de Segurança Interna
Mbps – *Megabit por segundo*
OCDE/OECD – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
OCS – Órgãos de Comunicação Social
OTAN – Organização do Tratado do Atlântico Norte
PIB – Produto Interno Bruto
PJ – Polícia Judiciária
PSP – Polícia de Segurança Pública
SEF – Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
SIS – Serviço de Informações de Segurança
TCP/IP – *Transmission Control Protocol/Internet Protocol*
URSS – União das Repúblicas Socialistas Soviéticas
WAN – *Wide Area Network*
WWW – *World Wide Web*

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Representação gráfica da cidade de <i>Königsberg</i>	23
Figura 2 – Página inicial do <i>Twitter</i>	30
Figura 3 – Página institucional da PSP no <i>Twitter</i>	31
Figura 4 – Página inicial do <i>LinkedIn</i>	32
Figura 5 – Perfil de utilizador no <i>LinkedIn</i> de Nuno Cunha dos Santos	33
Figura 6 – Página inicial do <i>Instagram</i>	34
Figura 7 – Página institucional da GNR no <i>Instagram</i>	35
Figura 8 – Página inicial do <i>Youtube</i>	36
Figura 9 – Diretório de criação de perfil de utilizador no <i>Google</i>	36
Figura 10 – Página institucional da PSP no <i>YouTube</i>	37
Figura 11 – Página inicial do <i>Facebook</i>	38
Figura 12 – Página institucional da PSP no <i>Facebook</i>	39

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Categorias definidas para os conteúdos produzidos e partilhados na rede social <i>Facebook</i>	62
Tabela 2 – Número total de seguidores que à data de 9 de julho de 2017, pelas 21 horas e 30 minutos, tinham colocado “ <i>Gosto</i> ” em cada uma das páginas institucionais da PSP, da <i>London Metropolitan Police</i> e da <i>Police Nationale</i> na rede social <i>Facebook</i>	64
Tabela 3 – Amostra representativa da atividade na página institucional da PSP na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016	65
Tabela 4 – Amostra representativa da atividade na página institucional da <i>London Metropolitan Police</i> na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016	68
Tabela 5 – Amostra representativa da atividade na página institucional da <i>Police Nationale</i> na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016	73
Tabela 6 – Categorias definidas para enquadramento da cobertura noticiosa dos OCS aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na rede social <i>Facebook</i>	78
Tabela 7 – Resumo dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016, segundo as palavras-filtro/expressões exatas utilizadas	81
Tabela 8 – Resumo da distribuição dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016, segundo a respetiva categorização das notícias	81
Tabela 9 – Caraterização do universo de sujeitos selecionados para a realização de entrevistas	84

Tabela 10 – Data, hora e local de realização das entrevistas ao universo de sujeitos selecionados	85
Tabela 11 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 1 das entrevistas realizadas	85
Tabela 12 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 2 das entrevistas realizadas	86
Tabela 13 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 3 das entrevistas realizadas	87
Tabela 14 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 3.1 das entrevistas realizadas	88
Tabela 15 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 4 das entrevistas realizadas	88
Tabela 16 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 5 das entrevistas realizadas	89
Tabela 17 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 6 das entrevistas realizadas	90
Tabela 18 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 7 das entrevistas realizadas	91
Tabela 19 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 7.1 das entrevistas realizadas	92
Tabela 20 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 8 das entrevistas realizadas	92
Tabela 21 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 9 das entrevistas realizadas	93
Tabela 22 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado à amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> , segundo o escalão etário	95
Tabela 23 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado à amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> , segundo o género	96
Tabela 24 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado à amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> , segundo a nacionalidade	96
Tabela 25 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado à amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> , segundo as habilitações escolares	96
Tabela 26 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado à amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> , segundo a situação profissional atual	97
Tabela 27 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "É MUITO DIFÍCIL" e 10 significa "É MUITO FÁCIL", como avalia o grau de facilidade de utilização das redes sociais?"	102

Tabela 28 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER UTILIDADE” e 10 significa “É MUITO ÚTIL”, como avalia o grau de utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?</i> ”	104
Tabela 29 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “DESATUALIZADOS” e 10 significa “MUITO ATUALIZADOS”, como avalia o grau de atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?</i> ”	104
Tabela 30 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO É NADA FIÁVEL” e 10 significa “É TOTALMENTE FIÁVEL”, como avalia o grau de fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?</i> ”	105
Tabela 31 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO É NADA RELEVANTE” e 10 significa “É TOTALMENTE RELEVANTE”, como avalia o grau de relevância dos contactos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais?</i> ”	105
Tabela 32 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER IMPORTÂNCIA” e 10 significa “TEM A MÁXIMA IMPORTÂNCIA”, como avalia o grau de importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem?</i> ”	106
Tabela 33 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO DÁ QUALQUER CONTRIBUTO” e 10 significa “DÁ UM GRANDE CONTRIBUTO”, como avalia o contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão?</i> ”	107
Tabela 34 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA” e 10 significa “É MUITO RELEVANTE”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial?</i> ”	108
Tabela 35 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TODA A RELEVÂNCIA”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo?</i> ”	109

Tabela 36 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TOTAL RELEVÂNCIA”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?</i> ”	109
Tabela 37 – Caraterização da amostra de respondentes ao questionário administrado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI, segundo o ano de curso	112
Tabela 38 – Caraterização da amostra de respondentes ao questionário administrado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI, segundo o escalão etário	113
Tabela 39 – Caraterização da amostra de respondentes ao questionário administrado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI, segundo o género	113
Tabela 40 – Caraterização da amostra de respondentes ao questionário administrado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI, segundo a nacionalidade	113
Tabela 41 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “É MUITO DIFÍCIL” e 10 significa “É MUITO FÁCIL”, como avalia o grau de facilidade de utilização das redes sociais?</i> ”	118
Tabela 42 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER UTILIDADE” e 10 significa “É MUITO ÚTIL”, como avalia o grau de utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?</i> ”	120
Tabela 43 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “DESATUALIZADOS” e 10 significa “MUITO ATUALIZADOS”, como avalia o grau de atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?</i> ”	120

Tabela 44 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão <i>“Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO É NADA FIÁVEL” e 10 significa “É TOTALMENTE FIÁVEL”, como avalia o grau de fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?”</i>	121
Tabela 45 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão <i>“Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO É NADA RELEVANTE” e 10 significa “É TOTALMENTE RELEVANTE”, como avalia o grau de relevância dos contactos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais?”</i>	121
Tabela 46 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão <i>“Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER IMPORTÂNCIA” e 10 significa “TEM A MÁXIMA IMPORTÂNCIA”, como avalia o grau de importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem?”</i>	122
Tabela 47 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão <i>“Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO DÁ QUALQUER CONTRIBUTO” e 10 significa “DÁ UM GRANDE CONTRIBUTO”, como avalia o contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão?”</i>	123
Tabela 48 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão <i>“Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA” e 10 significa “É MUITO RELEVANTE”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial?”</i>	124
Tabela 49 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão <i>“Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TODA A RELEVÂNCIA”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo?”</i>	125

Tabela 50 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “ <i>Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TOTAL RELEVÂNCIA”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?</i> ”	125
Tabela 51 – Análise de conteúdo da Política de Informação da PSP	129
Tabela 52 – Sinopse de resultados do trabalho de campo que serviram de base às respostas apresentadas para a questão de partida e perguntas derivadas	143

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016, distribuídas por tipologia	65
Gráfico 2 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016, distribuídos por categoria	66
Gráfico 3 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social <i>Facebook</i> no ano 2015, distribuídas por tipologia	66
Gráfico 4 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na rede social <i>Facebook</i> no ano 2015, distribuídos por categoria	67
Gráfico 5 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social <i>Facebook</i> no ano 2016, distribuídas por tipologia	67
Gráfico 6 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na rede social <i>Facebook</i> no ano 2016, distribuídos por categoria	67
Gráfico 7 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da <i>London Metropolitan Police</i> na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016, distribuídas por tipologia	69
Gráfico 8 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela <i>London Metropolitan Police</i> na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016, distribuídos por categoria	69
Gráfico 9 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da <i>London Metropolitan Police</i> na rede social <i>Facebook</i> no ano 2015, distribuídas por tipologia	70
Gráfico 10 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela <i>London Metropolitan Police</i> na rede social <i>Facebook</i> no ano 2015, distribuídos por categoria	70

Gráfico 11 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da <i>London Metropolitan Police</i> na rede social <i>Facebook</i> no ano 2016, distribuídas por tipologia	70
Gráfico 12 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela <i>London Metropolitan Police</i> na rede social <i>Facebook</i> no ano 2016, distribuídos por categoria	71
Gráfico 13 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da <i>Police Nationale</i> na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016, distribuídas por tipologia	73
Gráfico 14 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela <i>Police Nationale</i> na rede social <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016, distribuídos por categoria	74
Gráfico 15 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da <i>Police Nationale</i> na rede social <i>Facebook</i> no ano 2015, distribuídas por tipologia	74
Gráfico 16 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela <i>Police Nationale</i> na rede social <i>Facebook</i> no ano 2015, distribuídos por categoria	75
Gráfico 17 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da <i>Police Nationale</i> na rede social <i>Facebook</i> no ano 2016, distribuídas por tipologia	75
Gráfico 18 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela <i>Police Nationale</i> na rede social <i>Facebook</i> no ano 2016, distribuídos por categoria	75
Gráfico 19 – Distribuição percentual dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social <i>Facebook</i> em 2015, segundo a respetiva categorização das notícias	82
Gráfico 20 – Distribuição percentual dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social <i>Facebook</i> em 2016, segundo a respetiva categorização das notícias	82
Gráfico 21 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet?</i> ”	97
Gráfico 22 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na Internet?</i> ”	99

Gráfico 23 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?</i> ”	100
Gráfico 24 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Qual a rede social na Internet que utiliza?</i> ”	101
Gráfico 25 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?</i> ”	103
Gráfico 26 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?</i> ”	107
Gráfico 27 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?</i> ”	110
Gráfico 28 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão “ <i>A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet?</i> ”	114
Gráfico 29 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão “ <i>Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na Internet?</i> ”	115
Gráfico 30 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão “ <i>Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?</i> ”	116
Gráfico 31 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão “ <i>Qual a rede social na Internet que utiliza?</i> ”	117
Gráfico 32 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI: resultados das respostas à questão “ <i>Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?</i> ”	119

Gráfico 33 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP SI: resultados das respostas à questão “ <i>Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?</i> ”	123
--	-----

Gráfico 34 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP SI: resultados das respostas à questão “ <i>Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?</i> ”	126
---	-----

ÍNDICE DE ANEXOS E APÊNDICES

Anexo A – Página institucional da <i>London Metropolitan Police</i>	III
Anexo B – Página institucional da <i>London Metropolitan Police</i> no <i>Facebook</i>	IV
Anexo C – Página institucional da <i>London Metropolitan Police</i> no <i>Twitter</i>	V
Anexo D – Página institucional da <i>London Metropolitan Police</i> no <i>YouTube</i>	VI
Anexo E – Página institucional da <i>London Metropolitan Police</i> no <i>Flickr</i>	VI
Anexo F – Página institucional da <i>Police Nationale</i>	VII
Anexo G – Página institucional da <i>Police Nationale</i> no <i>Facebook</i>	VIII
Anexo H – Página institucional da <i>Police Nationale</i> no <i>Twitter</i>	IX
Anexo I – Página institucional da <i>Police Nationale</i> no <i>Dailymotion</i>	X
Anexo J – Página institucional da <i>Police Nationale</i> no <i>Flickr</i>	X
Anexo K – Página institucional da Polícia de Segurança Pública	XI
Anexo L – Página institucional da PSP no <i>Facebook</i>	XII
Anexo M – Página institucional da PSP no <i>Twitter</i>	XIII
Anexo N – Página institucional da PSP no <i>YouTube</i>	XIII
Anexo O – Página institucional da Guarda Nacional Republicana	XIV
Anexo P – Página institucional da GNR no <i>Facebook</i>	XV
Anexo Q – Página institucional da GNR no <i>Twitter</i>	XVI
Anexo R – Página institucional da GNR no <i>YouTube</i>	XVII
Anexo S – Página institucional da GNR no <i>Instagram</i>	XVIII
Anexo T – Página institucional da Polícia Judiciária	XIX
Anexo U – Página institucional da PJ no <i>Twitter</i>	XX
Anexo V – Página institucional da PJ no <i>YouTube</i>	XX
Anexo W – Página institucional do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras	XXI
Anexo X – Página institucional do SEF no <i>Facebook</i>	XXII
Anexo Y – Página institucional do SEF no <i>Twitter</i>	XXIII

Anexo Z – Página institucional do SEF no <i>YouTube</i>	XXIV
Anexo AA – Página institucional da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica	XXV
Anexo BB – Página institucional da ASAE no <i>Facebook</i>	XXVI
Anexo CC – Exemplos de conteúdos da categoria <i>Reativa</i> produzidos e partilhados pela PSP, <i>London Metropolitan Police</i> e <i>Police Nationale</i> nas suas páginas institucionais no <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016	XXVII
Anexo DD – Exemplos de conteúdos da categoria <i>Preventiva</i> produzidos e partilhados pela PSP, <i>London Metropolitan Police</i> e <i>Police Nationale</i> nas suas páginas institucionais no <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016	XXX
Anexo EE – Exemplos de conteúdos da categoria <i>Generalista</i> produzidos e partilhados pela PSP, <i>London Metropolitan Police</i> e <i>Police Nationale</i> nas suas páginas institucionais no <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016	XXXIII
Anexo FF – Barra de pesquisa de utilizadores e conteúdos produzidos e partilhados no <i>Facebook</i>	XXXVI
Anexo GG – Número total de utilizadores que colocaram “ <i>Gosto</i> ” na página da PSP no <i>Facebook</i>	XXXVII
Anexo HH – Número total de utilizadores que colocaram “ <i>Gosto</i> ” na página da <i>London Metropolitan Police</i> no <i>Facebook</i>	XXXVII
Anexo II – Número total de utilizadores que colocaram “ <i>Gosto</i> ” na página da <i>Police Nationale</i> no <i>Facebook</i>	XXXVIII
Anexo JJ – Exemplo de cobertura noticiosa da categoria <i>Reativa</i> aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016	XXXIX
Anexo KK – Exemplo de cobertura noticiosa da categoria <i>Preventiva</i> aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016	XL
Anexo LL – Exemplo de cobertura noticiosa da categoria <i>Generalista</i> aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016	XLI
Anexo MM – Exemplo de cobertura noticiosa da categoria <i>Neutra</i> aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no <i>Facebook</i> no biénio 2015-2016	XLII
Anexo NN – Exemplo de Pesquisa de informação no <i>Google</i>	XLIII
Anexo OO – Resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social <i>Facebook</i> no ano de 2015, segundo as palavras-filtro/expressões exatas utilizadas	XLIV

Anexo PP – Resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social <i>Facebook</i> no ano de 2016, segundo as palavras-filtro/expressões exatas utilizadas	XLV
Anexo QQ – Distribuição dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social <i>Facebook</i> no ano de 2015, segundo a respetiva categorização das notícias	XLVII
Anexo RR – Distribuição dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social <i>Facebook</i> no ano de 2016, segundo a respetiva categorização das notícias	XLVIII
Anexo SS – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet?</i> ”	L
Anexo TT – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na Internet?</i> ”	LI
Anexo UU – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?</i> ”	LII
Anexo VV – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Qual a rede social na Internet que utiliza?</i> ”	LIII
Anexo WW – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?</i> ”	LIV
Anexo XX – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?</i> ”	LV
Anexo YY – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i> : resultados das respostas à questão “ <i>Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?</i> ”	LXI

Anexo ZZ – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão <i>“A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet?”</i>	LXII
Anexo AAA – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão <i>“Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na Internet?”</i>	LXIII
Anexo BBB – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão <i>“Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?”</i>	LXIV
Anexo CCC – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão <i>“Qual a rede social na Internet que utiliza?”</i>	LXV
Anexo DDD – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão <i>“Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?”</i>	LXVI
Anexo EEE – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão <i>“Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?”</i>	LXVII
Anexo FFF – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão <i>“Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?”</i>	LXVIII
Apêndice A – Guião de Entrevista	LXXI
Apêndice A.1 – Entrevista 1	LXXV
Apêndice A.2 – Entrevista 2	LXXXIV
Apêndice A.3 – Entrevista 3	XCI
Apêndice B – Guião de Questionário (amostra não representativa)	XCVI
Apêndice C – Guião de Questionário (amostra representativa)	CXVII

Apêndice D – Requerimento apresentado para autorização de aplicação de um questionário *online* a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI e respetivo *e-mail* de comunicação do despacho autorizador do Exmo. Senhor Diretor do ISCPSI

CXXXVII

Apêndice E – Política de Informação da PSP

CXXXIX

ÍNDICE

DEDICATÓRIA	iii
AGRADECIMENTOS	v
RESUMO	vii
ABSTRACT	viii
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE TABELAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS E APÊNDICES	xviii
ÍNDICE	xxii
INTRODUÇÃO	1
Metodologia adotada e estrutura do trabalho	8
1. DA GLOBALIZAÇÃO À ERA DA INFORMAÇÃO	13
1.1. Comunicação, economia e poder: a sociedade contemporânea e o avanço tecnológico	14
1.2. A emergência e o efeito transformacional da <i>Web 2.0</i>	16
1.3. A reconfiguração do espaço público na Era da Informação	17
1.4. A <i>Governance</i> eletrónica e o movimento de virtualização na Administração Pública	19
1.4.1. Tecnologias e imaginários colaborativos: a utilização dos <i>media</i> sociais na construção de uma cidadania digital	21
2. O ADVENTO DAS REDES SOCIAIS EM LINHA	23
2.1. A evolução da <i>Internet</i> : da <i>Web 1.0</i> à <i>Web 3.0</i>	25
2.2. As redes sociais em linha	29
2.2.1. O caso do <i>Facebook</i>	37
2.3. Anatomia das redes sociais em linha: potencialidades e vulnerabilidades	40
2.4. A presença institucional das Forças e Serviços de Segurança na <i>Internet</i>	42
2.4.1. Os casos da <i>London Metropolitan Police</i> e da <i>Police Nationale</i>	45
2.4.2. A Polícia de Segurança Pública	50
2.4.3. A Guarda Nacional Republicana	54
2.4.4. A Polícia Judiciária	56
2.4.5. O Serviço de Estrangeiros e Fronteiras	57

2.4.6. A Autoridade de Segurança Alimentar e Económica	59
3. ESTUDO DE CASO DA PÁGINA DA POLÍCIA DE SEGURANÇA PÚBLICA NO FACEBOOK	61
3.1. Análise comparativa entre as páginas institucionais da PSP, da <i>London Metropolitan Police</i> e da <i>Police Nationale</i> na rede social <i>Facebook</i>	61
3.2. Análise de conteúdo da cobertura dada pelos <i>media</i> à atividade, produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social <i>Facebook</i>	77
3.3. Análise e discussão dos resultados das entrevistas individuais aos elementos ligados ao Gabinete de Imprensa e Relações Públicas da Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública	83
3.4. Análise e discussão dos resultados do questionário anónimo <i>online</i> aplicado a uma amostra não representativa de utilizadores da <i>Internet</i>	94
3.5. Análise e discussão dos resultados do questionário anónimo <i>online</i> aplicado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna	111
3.6. Análise da Política de Informação da Polícia de Segurança Pública	127
CONCLUSÕES	131
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	145
ANEXOS	I
APÊNDICES	LXIX

INTRODUÇÃO

"As tecnologias [de] informação e [de] comunicação] são já parte integrante do nosso quotidiano [,] [tendo invadido] as nossas casas, locais de trabalho e de lazer [,] [através da oferta de um conjunto de] instrumentos úteis para as comunicações pessoais e de trabalho, para o processamento de textos e de informação sistematizada, [assim como] para [o] acesso a bases de dados e à informação distribuída nas redes [eletrónicas] digitais (...), [sendo essa a razão pela qual assumem] uma importância crescente na vida [coletiva atual, introduzindo] uma nova dimensão no modelo das sociedades modernas."

(Missão para a Sociedade da Informação, 1997, p. 5)

Conforme referem Cardoso *et al.* (2015, p. 7), as sociedades estruturam-se e estabilizam-se com base em sistemas partilhados de gestão e afetação de recursos que são, simultaneamente, construções sociais e representações tecnológicas da relação com o meio exterior, das quais se tornam indissociáveis. Nesse sentido, torna-se impensável uma sociedade sem o seu vetor tecnológico, na medida em que este reflete a intensidade da componente material da sua atividade¹ (Simões, 2005, p. 20).

Deste modo, num mundo marcado pelo fenómeno da globalização, em que, de acordo com Castells (2008), se verifica uma crescente interdependência económica, cultural, política e tecnológica, assente num conjunto de novas tecnologias de informação e de comunicação que transformaram profundamente as sociedades contemporâneas, conduzindo a uma democratização e universalização do acesso aos recursos computacionais e comunicacionais, assim como à informação, assiste-se à emergência e afirmação de um novo paradigma social e económico de carácter informacional (Marques, 2011, p. 1).

Segundo Castells (2007, p. 36), a principal característica deste novo paradigma não é tanto a centralidade do conhecimento e da informação, mas sim a sua aplicação na produção de conhecimentos e dispositivos de processamento e comunicação da informação, num ciclo de realimentação constante e cumulativo entre a inovação e o seu uso.

A revolução a nível das tecnologias de informação e de comunicação, na qual assenta o aludido fenómeno da globalização, encontra as suas origens nos anos 1970 (Marques, 2011, p. 1), com as transformações em apreço a conduzirem à emergência de um novo modelo de relações entre a economia, o Estado e a sociedade, caracterizado, nas palavras de Castells (2007, pp. 1–5): por uma maior flexibilidade na gestão; pela descentralização e ligação em rede, tanto a nível interno como externo, das organizações públicas e privadas; pelo fortalecimento do capital em relação ao trabalho; e, por último, mas não menos importante, pelo aumento da concorrência económica, num contexto de progressiva diferenciação geocultural para a acumulação e a gestão do capital.

¹ Nesta linha, referimos também Cardoso (2006, pp. 52–53) quando afirma que a sociedade não é tecnologia, mas antes a forma como nos apropriamos dela, sendo essa a razão pela qual a *Internet* se tornou numa tecnologia de informação e de comunicação central nas sociedades contemporâneas.

Esta transformação estrutural tecnológica, da qual a *Internet* é parte integrante, introduziu e produziu um conjunto de transformações de caráter digital que, por sua vez, se revelaram decisivas na área da comunicação (Marques, 2011, p. 1), conduzindo à emergência de uma nova forma de organização social baseada, segundo Castells (2006), em redes tecnológicas de base microeletrónica que, por fornecerem novas capacidades às velhas formas de organização social, permitem uma maior flexibilidade e adaptabilidade no caminho evolutivo dos esquemas sociais humanos, estando na origem do aparecimento daquilo a que designamos como a Sociedade em Rede².

De acordo com Castells (2006), a Sociedade em Rede caracteriza-se, de forma simplificada, por ser uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de informação e de comunicação assentes em redes digitais de computadores, que, por sua vez, geram, processam e distribuem informação a partir do conhecimento acumulado nos diferentes nós dessas redes, o que, na perspetiva de Nunes (2015, p. 52), se afirma como uma das características fundamentais da conjuntura estratégica do início do século XXI, nomeadamente a nível do crescimento da Sociedade da Informação³, que constitui um novo ambiente global, estruturado com base em fluxos de informação, cujas regras e modos de operação se encontram em permanente construção (Nunes, 2015, p. 81).

Assim, no contexto de uma economia e sociedade globalizadas, marcado por um processo de mudança permanente e acelerado, com alterações profundas tanto a nível cultural como das estruturas organizativas da vida social, empresarial, económica e institucional, assiste-se à emergência de um conjunto de novos desafios e problemas de difícil resolução, que, segundo Carapeto e Fonseca (2014, p. 21), para além de alimentarem as agendas das políticas e dos poderes públicos, determinam a existência de uma Administração Pública com vista a responder eficazmente às necessidades dos cidadãos.

Contudo, os Estados, com as suas tradicionais soluções, não conseguem ter respostas imediatas, universais, unívocas e abrangentes, que consigam

² Segundo Fernandes *et al.* (2005, p. 78), esta expressão representa um olhar sobre a Sociedade da Informação e do Conhecimento numa lógica de rede, ou seja, focalizado na forma como a informação e o conhecimento se propagam, criam novas estruturas e interagem com as existentes através de redes tecnológicas de base microeletrónica que, para além de revolucionarem e acelerarem a comunicação, garantem o estabelecimento de redes globais de produção e o desenvolvimento dos mercados financeiros internacionais (Castells, 2008).

³ Na perspetiva de Castells e Himanen (2007, pp. 1–2), a Sociedade da Informação assenta naquilo a que designam por "*informacionalismo*", em que as atividades decisivas da "*praxis*" humana se baseiam em tecnologias de informação, organizadas globalmente em redes de informação e centradas no processamento de informação. Assim, a expressão "*Sociedade da Informação*" refere-se a todo um modo de desenvolvimento social e económico, assente em redes digitais de informação, em que a aquisição, armazenamento, processamento, valorização, transmissão, distribuição e disseminação de informação conducente à criação de conhecimento, assim como à satisfação das necessidades dos cidadãos e das empresas, desempenha um papel central na atividade económica, na criação de riqueza e na definição da qualidade de vida dos cidadãos e das suas práticas culturais (Missão para a Sociedade da Informação, 1997, p. 5).

responder de forma eficiente, eficaz, transversal e integrada às necessidades dos cidadãos (Louro *et al.*, 2015, pp. 9–10), que, no âmbito da atual Sociedade em Rede/da Informação⁴, exigem abordagens menos burocratizadas, hierarquizadas e procedimentalizadas, assentes num conceito de governação integrada, que permita satisfazer as suas necessidades e expectativas (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 26–29).

Neste sentido, face a uma multiplicidade complexa de exigências, tem-se assistido a uma mudança de paradigma e a um movimento reformista com vista à descoberta de novas formas que permitam conciliar a legitimidade do Estado de direito⁵ com abordagens inovadoras de modernização, baseadas no denominado “*modelo de mercado*”, dirigidas aos cidadãos, que, conforme referem Carapeto e Fonseca (2014, pp. 26–29), tal como acontece nas empresas, passam a ser vistos como clientes a quem é fornecido um produto/serviço e cuja satisfação se torna essencial assegurar.

Todavia, à semelhança do que acontece no setor privado, o maior desafio que se coloca ao sucesso das reformas introduzidas pelas organizações públicas, assim como à sua atividade corrente, já não é apenas conseguir dar resposta às necessidades e exigências do meio envolvente, mas antes antecipar as mesmas, o que, nas palavras de Carapeto e Fonseca (2014, pp. 29–32), implica capacidade de inovação e flexibilidade organizacional, sendo neste contexto que se inserem as reformas introduzidas nos últimos anos na Administração Pública portuguesa, que, segundo Nunes (2015, pp. 81–94), reflexo de uma maior capacidade de acesso e exploração dos recursos tecnológicos, se tem traduzido numa melhoria das competências nas áreas das tecnologias de informação e de comunicação⁶, com o objetivo de simplificar os processos de interação dos cidadãos e das empresas com o Estado.

Assim, as reformas em apreço têm procurado desenvolver um conjunto de políticas públicas assentes em modelos proximais (Leitão, Alves e Pereira, 2016; Oliveira, 2006, pp. 112–113), que privilegiam uma intervenção baseada na aproximação ao cidadão e na comunicação com o mesmo (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 32–35) no mundo real e, mais recentemente, no

⁴ Embora os conceitos de “*Sociedade da Informação*” e de “*Sociedade em Rede*” aludam a realidades diferentes, no âmbito da presente dissertação, quando nos queremos referir ao conjunto das dimensões abrangidas por ambos, optamos por utilizar a expressão “*Sociedade em Rede/da Informação*”.

⁵ Assente na separação de poderes, na legalidade, na proporcionalidade, na segurança jurídica, na responsabilidade dos titulares de cargos públicos e no controlo judicial (Carapeto e Fonseca, 2014, p. 27).

⁶ De acordo com a Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P. (2017), as competências digitais são um conceito em expansão que, inevitavelmente, acompanha a evolução da tecnologia, podendo ser definidas numa variedade de aptidões e conhecimentos com um largo âmbito de aplicações, materializadas na capacidade em utilizar as tecnologias digitais, de forma concreta, nas várias atividades que compõem a vida quotidiana, na competência para avaliar criticamente essas tecnologias e na motivação para participar na cultura digital na Era da Informação.

ciberespaço⁷ (Cardoso *et al.*, 2015, p. 73), como acontece com a página da Polícia de Segurança Pública (PSP) no *Facebook*, que se tem destacado pelo seu número de seguidores⁸, pelos conteúdos que ali são partilhados e pela sua recetividade e popularidade⁹.

Como resultado das políticas em apreço, tem-se assistido, por um lado, a um aumento da capacidade de interação dos cidadãos com as instituições públicas (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 32–35) e, por outro, a uma reconfiguração do espaço público, que, no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, passou a depender largamente do sistema de comunicação global/local dos *media*, entre os quais se destacam, pelo seu papel decisivo, a *Internet* e as redes de comunicação horizontal (Castells, 2008).

De acordo com Subtil (2007), o potencial desta nova conceção de comunicação através das redes de comunicação em linha extravasa o papel dos *media* tradicionais, estando na base do nascimento de uma cultura informática, partilhada por um público vasto, que se afirma em si mesma como um fator de democratização da vida social e do conhecimento na atual Sociedade em Rede/da Informação.

Entre estas redes de comunicação mediadas por computador, destacam-se as chamadas redes sociais, como o *Twitter* e o *Facebook*, entre outras, que, conforme refere Recuero (2009, p. 24), vieram exponenciar as capacidades de expressão e sociabilidade, proporcionando aos atores, sejam eles indivíduos ou organizações, a possibilidade de interagir e comunicar com os outros em tempo real.

Segundo Cardoso *et al.* (2015, p. 177), estas plataformas de sociabilidade em linha, fruto do seu potencial comunicacional, conduziram a um repensar do social e do político nas sociedades contemporâneas, na medida em que todos os atores presentes nas mesmas se assumem, à partida e de forma igualitária, como potenciais transmissores e recetores de informação e conhecimento.

Deste modo, considerando o impacto das novas tecnologias de informação e de comunicação em todos os quadrantes de atividade da sociedade atual, designadamente a nível do acesso privilegiado a serviços, conteúdos, informações e notícias (Martins, 2015), torna-se relevante e pertinente, na nossa perspetiva, o desenvolvimento de uma investigação

⁷ Termo criado por William Gibson no seu romance *Neuromancer*, utilizado como metáfora para descrever o espaço não físico criado por redes de computadores, nomeadamente a *Internet*, onde as pessoas podem comunicar de diferentes maneiras, como, por exemplo, através de mensagens eletrónicas, em salas de conversa ou participando em grupos de discussão (Fernandes *et al.*, 2005, p. 16).

⁸ DN - GABINETE DE IMPRENSA E RELAÇÕES PÚBLICAS - Meio milhão de seguidores. **Newsletter da Polícia de Segurança Pública. Setembro 2016. N.º 2.** Lisboa.

⁹ RIBEIRO, Amanda - Ele gere o Facebook da PSP com formalidade e humor. **Público.** [Em linha] (23 jan. 2013). Disponível em WWW:<URL:http://p3.publico.pt/actualidade/media/6363/ele-gere-o-facebook-da-psp-com-formalidade-e-humor>.

sistematizada com vista a compreender até que ponto é que a presença das Forças e Serviços de Segurança (FSS) nas redes sociais da *Internet* contribui para a promoção da sua imagem, para uma maior aproximação aos cidadãos e para exponenciar a qualidade do serviço por si prestado.

Neste contexto, num estudo centrado na adesão da Guarda Nacional Republicana (GNR) às novas dinâmicas de comunicação em linha no âmbito da atual Sociedade em Rede/da Informação, Passeira (2011, pp. 39–43) conclui, entre outros aspetos, que as redes sociais se afirmam como um veículo comunicacional essencial e estratégico a nível da promoção daquela força de segurança, contribuindo, de forma decisiva, para aumentar a proximidade e a qualidade do serviço policial prestado ao cidadão na atual Era Digital.

Para Davis III, Alves e Sklansky (2014) os *media* sempre marcaram presença junto das forças policiais enquanto meios específicos para a transmissão de informação aos cidadãos e às comunidades, sendo essa a razão pela qual defendem que, no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, a presença das forças policiais nas novas plataformas de sociabilidade da *Internet* assume especial relevância, porque, para além de fortalecer, transformar e exponenciar a prestação do serviço policial, facilita a comunicação com os cidadãos e contribui para uma maior aproximação às comunidades, designadamente através da sua utilização no âmbito do modelo de policiamento comunitário.

Também Crump (2011) e Baccin e Cruz (2016) concluem que o fenómeno da *Internet* e as novas formas de interação social mediadas por computador, associadas à facilidade de comunicação e à rapidez de informação, como as redes sociais, abrem uma janela de oportunidade para a aproximação das organizações policiais ao cidadão, fomentando, desta forma, a sua interação com as comunidades, nomeadamente através do modelo de policiamento comunitário.

No mesmo sentido, importa também referir Scholes-Fogg (2012) e os relatórios da *The Police Foundation* (2014) e da *LexisNexis® Risk Solutions* (2014), que, entre outros aspetos, salientam a necessidade de uma modernização do serviço policial, no sentido de se adaptar à nova realidade informacional, designadamente através da utilização das plataformas de congregação social em linha, como o *Twitter*, o *YouTube* e o *Facebook*, entre outras, com vista a exponenciar a sua capacidade de comunicação com os cidadãos, numa perspetiva de maior aproximação aos mesmos, assim como a desenvolver e otimizar as diferentes dimensões do trabalho das forças policiais.

Esta visão é partilhada por Morgado e Ferraz (2016), que defendem a necessidade das FSS evoluírem e se modernizarem de forma a acompanharem os avanços da humanidade nas mais diversas áreas, como é o caso da *Internet*, que, para além de ter facilitado o fluxo de informações sobre pessoas e acontecimentos mais ou menos distantes em tempo real, trouxe consigo novas formas de interação social mediadas por computador, cuja principal finalidade é

a promoção da comunicação, da sociabilidade e de *networking*¹⁰, designadamente através da facilitação da criação, da manutenção e da eventual intensificação das relações interpessoais e sociais.

Nesta linha referimos também Marta (2014, p. 57), que, num estudo centrado nas relações públicas e na política comunicacional da imagem institucional da PSP, sublinha o potencial transformador das novas tecnologias de informação e de comunicação, que revolucionaram a comunicação no contexto organizacional, permitindo às organizações atuarem a nível global e em rede, assim como numa dimensão virtual. Desta forma, segundo Marta (2014, p. 61), a presença da PSP no ciberespaço, assim como de outras FSS, assume uma especial relevância estratégica, na medida em que, através das novas formas de interação social mediadas por computador, como as redes sociais, permite uma melhor compreensão das necessidades e expectativas dos cidadãos e contribui para uma maior divulgação das atividades por si desenvolvidas, como acontece na página institucional da PSP no *Facebook*, onde são disponibilizados um conjunto de conteúdos que vão desde as informações sobre a atividade operacional, passando pela divulgação de diversas campanhas, até aos conselhos sobre segurança.

Também Moura (2010, p. 60), num estudo centrado na PSP e no novo paradigma comunicacional no âmbito da Sociedade da Informação, faz referência à importância estratégica da utilização, por parte desta força de segurança, das redes sociais no ciberespaço para potenciar a comunicação com os cidadãos, facilitar uma maior aproximação aos mesmos e promover a imagem institucional da organização num espaço público cada vez mais mediatizado na Era da Informação.

Ainda neste contexto, referimos o relatório da Comissão Europeia, intitulado *Best Practice in Police Social Media Adaptation*, produzido no âmbito do projeto *COMPOSITE – Comparative Police Studies in the European Union*¹¹, onde, para além de se reconhecer a crescente importância que as redes sociais em linha assumem no dia-a-dia das sociedades contemporâneas e a necessidade das organizações policiais se adaptarem a esta nova realidade com vista a uma melhoria da sua relação com o público em geral, assim como a fortalecer o seu papel na sociedade, se evidencia também o potencial destas plataformas de sociabilidade no desenvolvimento das diferentes dimensões do trabalho das forças policiais, designadamente na sua utilização como meio de (Denef *et al.*, 2012, pp. 5–6 e 12):

- 1) Obtenção de informação criminal e geral;
- 2) Intervenção no espaço público, no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação;

¹⁰ Que, de acordo com Morgado e Ferraz (2016), consiste no estabelecimento de ligações e relações, e/ou criação de redes.

¹¹ Este projeto procurou, no horizonte temporal 2010-2014, comparar os desenvolvimentos organizacionais das forças policiais dos seguintes Estados-membro da União Europeia (Denef *et al.*, 2012, p. 5): Bélgica, República Checa, França, Alemanha, Itália, República da Macedónia, Holanda, Roménia, Espanha e Reino Unido.

- 3) Transmissão de informação e conhecimento aos cidadãos com vista fortalecer o sentimento de segurança;
- 4) Interação com o público, numa perspetiva de humanização das organizações policiais;
- 5) Fortalecer e exponenciar a prestação de um serviço policial de proximidade ao cidadão, nomeadamente através do modelo de policiamento comunitário;
- 6) Apoio a toda a estrutura de tecnologias de informação e de comunicação das forças policiais.

Assim, centrando-nos no caso concreto da PSP, a presente dissertação tem como principal objetivo compreender em que medida a presença desta força de segurança nas redes sociais da *Internet*, e mais concretamente no *Facebook*, contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e, não menos importante, para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma.

Assessorialmente a este objetivo, pretendemos ainda definir e aplicar um protótipo de modelo de análise que permita dar resposta às questões de partida e derivadas que apresentamos seguidamente, bem como abrir novas linhas e perspetivas de investigação nesta área de estudo.

Considerando que a definição da questão de partida se torna essencial para o sucesso da investigação, devendo remeter-nos para os objetivos da mesma, bem como para a sua relevância, definindo, com a maior exatidão possível, o que se pretende esclarecer e assumindo-se como o fio condutor da própria investigação (Coutinho, 2015, pp. 49–57), a nossa pergunta de partida para a presente dissertação é a seguinte:

- Em que medida a presença da PSP nas redes sociais em linha, e mais concretamente no *Facebook*, contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma?

Face à pergunta de partida enunciada, emergem as seguintes quatro questões derivadas, cuja pertinência se assume como essencial para a continuidade da presente investigação:

- 1) Em que medida a informação em linha, através das redes sociais, pode potenciar a comunicação da PSP com o cidadão?
- 2) A presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais?
- 3) De que forma a utilização das redes sociais pela PSP pode criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão?
- 4) De que modo é que a PSP pode rentabilizar as novas dinâmicas tecnológicas na transmissão de informação ao cidadão?

Metodologia adotada e estrutura do trabalho

“Investigar é assim uma atividade que pressupõe algo que é investigado, uma intencionalidade de quem investiga e um conjunto de metodologias, métodos e técnicas para que a investigação seja levada a cabo numa continuidade que se inicia com uma interrogação e termina com a apresentação pública dos resultados da investigação.”

(Coutinho, 2015, p. 6)

Numa perspetiva cartesiana (Descartes, 2010, p. 53), a razão é igual em todos os homens, pelo que o conhecimento não deriva da maior capacidade de alguns em reconhecerem o que é verdadeiro, mas sim da forma como conduzem, de um ponto de vista metodológico, o seu raciocínio.

Deste modo, a metodologia utilizada para o desenvolvimento do presente estudo alicerçou-se no método científico, recorrendo, para o efeito, a um conjunto de metodologias, métodos e técnicas de investigação que permitiram, a partir da nossa interrogação inicial, desenvolver a investigação numa linha de continuidade, estruturando o conhecimento obtido ao longo do processo, com vista a chegar aos resultados que apresentaremos mais à frente nesta dissertação (Coutinho, 2015, pp. 5–6).

Neste sentido, considerando que o método escolhido é, na sua essência, o caminho para a produção de conhecimento científico, de modo compreensível por toda uma comunidade, em relação a algo que, embora exista, ainda não é inteligível, procurámos seguir um procedimento, sujeito a regras claras e universais, que nos permitisse conceber e pôr em prática um dispositivo para a elucidação do real, validado face a objetivos, que fosse sistemático, verificável, coerente e, não menos importante, claro (Coutinho, 2015, pp. 24–26).

Assim, o estudo desenvolvido foi de carácter expositivo e inseriu-se num modelo de investigação misto¹² (Coutinho, 2015, p. 360), assente numa abordagem qualitativa¹³ (Aires, 2015, p. 13; Coutinho, 2015, pp. 28–30) e quantitativa¹⁴ (Coutinho, 2015, pp. 26–28; Vilelas, 2009, p. 103), que nos permitiu conhecer melhor os fenómenos em análise, identificar as variáveis

¹² Segundo Coutinho (2015, p. 360), o recurso à utilização de um modelo de investigação misto, que combina a utilização das vertentes metodológicas qualitativa e quantitativa, tem como principal objetivo proporcionar uma melhor compreensão do fenómeno que se pretende analisar, permitindo ao investigador explorar o que está por detrás das razões e dos significados do mesmo, e, conseqüentemente, responder às questões colocadas inicialmente.

¹³ A abordagem qualitativa de investigação caracteriza-se pelo uso de uma grande variedade de técnicas de recolha de informação (*e.g.* materiais empíricos, estudo de caso, experiência pessoal, entrevista, questionário, observação e textos históricos, entre outros) com vista a dar resposta ao problema em análise, num processo em que a escolha das ferramentas a utilizar pelo investigador depende das estratégias, métodos e materiais empíricos disponíveis, assim como das questões que emergem do contexto em que objeto a estudar se insere (Aires, 2015, p. 13).

¹⁴ A abordagem quantitativa de investigação assenta no princípio de que tudo pode ser quantificável, sendo, por essa razão, possível traduzir em números, classificar e analisar todas as opiniões e informações com vista à descrição e explicação dos fenómenos sobre os quais recaem as observações (Vilelas, 2009, p. 103).

existentes e inventariar os factos para, desse modo, respondermos, de forma clara e com a maior objetividade possível, às questões por nós colocadas.

Nesta linha, considerando que, como referem Quivy e Campenhoudt (2005, pp. 50–51), qualquer trabalho intelectual deve ultrapassar as interpretações estabelecidas com vista a fazer surgir novas significações mais esclarecedoras e perspicazes, numa primeira fase do nosso estudo, realizámos uma pesquisa e recolha de referências bibliográficas que nos permitiu efetuar a revisão da literatura existente na temática que nos propusemos investigar, conhecer o estado da arte da mesma e, conseqüentemente, situar claramente o nosso trabalho em relação aos respetivos quadros conceituais externamente reconhecidos.

Numa segunda fase da nossa investigação, prosseguimos com a análise de conteúdo¹⁵, centrada no biénio 2015-2016, da página institucional da PSP no *Facebook*. Seguidamente, com vista a uma abordagem comparativa, no mesmo horizonte temporal, efetuámos ainda a análise de conteúdo das páginas institucionais da *London Metropolitan Police*, do Reino Unido, e da *Police Nationale*, de França, na mesma rede social, enquanto forças policiais congêneres da PSP no espaço europeu e a nível internacional.

Na terceira fase do nosso estudo, avançámos com a pesquisa e análise de conteúdo da cobertura dada pelos *media*, no biénio 2015-2016, à atividade, produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social *Facebook*.

Os dados recolhidos na segunda e na terceira fases da presente investigação foram tratados e analisados, numa perspetiva de isenção científica (Sousa, 2016, p.41), com recurso ao programa informático *Microsoft Excel*[®].

Numa quarta fase, procedemos à realização de entrevistas individuais, compostas por 9 perguntas e 2 subquestões, todas elas semidirigidas¹⁶, a elementos ligados ao Gabinete de Imprensa e Relações Públicas (GIRP) da Direção Nacional da PSP, enquanto gestores da página institucional daquela força de segurança no *Facebook*, procurando, através da análise de conteúdo dos discursos produzidos, efetuar uma avaliação de cariz qualitativo que permitisse, de um ponto de vista institucional, responder às questões por nós

¹⁵ Método de investigação não intrusivo, em que o investigador observa, descreve, interpreta e avalia o meio e o fenómeno tal como se apresentam, sem, no entanto, procurar controlá-los (Fortin, 2003, p. 22), recorrendo, para o efeito, a um conjunto de textos, independentemente do tipo de *medium*/registo em que são produzidos (*e.g.* escritos, orais, filmográficos, fotográficos, transcrições de entrevistas/observações, discursos e documentos, entre outros), para analisar/avaliar quantitativamente e/ou qualitativamente o objeto de estudo em questão, tendo em conta o contexto manifesto/latente em que aquele é produzido (Schettini e Cortazzo, 2015, pp. 45–46).

¹⁶ Considerando que as entrevistas assentam na aplicação de métodos fundamentais de comunicação e de interação humana que permitem ao investigador retirar, a partir dos discursos produzidos, elementos de reflexão importantes para a compreensão dos fenómenos que se pretendem estudar (Quivy e Campenhoudt, 2005, pp. 191–193), optámos por utilizar, no contexto da presente dissertação e tendo em conta os seus objetivos, um conjunto de questões semidirigidas e relativamente abertas, que possibilitassem, através da análise de conteúdo das respostas dos entrevistados, responder às perguntas por nós colocadas na presente investigação.

colocadas no âmbito da presente dissertação (Apêndice A). Estas entrevistas foram realizadas presencialmente, tendo sido gravadas num ficheiro áudio em suporte digital e transcritas em suporte físico, fazendo parte integrante da presente dissertação.

Na quinta fase do nosso estudo, através da aplicação de um questionário anónimo *online*, composto por um conjunto de 22 questões com respostas de escolha múltipla pré-codificadas¹⁷, distribuído por *e-mail* e partilhado na rede social *Facebook*, a uma amostra¹⁸ não representativa de utilizadores da *Internet*, procurámos compreender, de um ponto de vista qualitativo, por um lado, a perceção do público em relação à presença das FSS, e mais especificamente da PSP, nas redes sociais em linha e, por outro, a forma como aquele receciona as atividades desenvolvidas e os conteúdos produzidos e partilhados pelas mesmas naquelas plataformas da *Internet* (Apêndice B).

Seguidamente, na sexta fase desta investigação, avançámos com a aplicação de um questionário anónimo *online*, composto por um conjunto de 21 questões com respostas de escolha múltipla pré-codificadas, a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna (ISCPPI), procurando compreender, de um ponto de vista qualitativo, como é que estes, enquanto futuros Oficiais da PSP, percecionam a presença das FSS, e mais especificamente da PSP, nas redes sociais em linha e as atividades desenvolvidas e os conteúdos produzidos e partilhados pelas mesmas naquelas plataformas de sociabilidade (Apêndice C).

Os questionários aplicados na quinta e na sexta fases do nosso estudo foram construídos com recurso à plataforma *SurveyMonkey*^{®19}, onde foram criados e desenvolvidos para posterior envio às amostras supra referidas. Ainda neste capítulo, importa mencionar que, numa perspetiva de isenção científica (Sousa, 2016, p.41), o tratamento e a análise da informação recolhida através dos questionários em apreço foi feita com recurso às ferramentas

¹⁷ Tendo em conta os objetivos definidos e os dados que se pretendem analisar através da aplicação da técnica de questionário, a pré-codificação do conjunto de respostas possíveis às perguntas colocadas teve como objetivo obrigar os inquiridos a escolherem as suas respostas de entre aquelas que lhe foram formalmente propostas, facilitando, desta forma, o tratamento e sistematização dos dados recolhidos (Quivy e Campenhoudt, 2005, p. 188).

¹⁸ De acordo com Coutinho (2015, p. 89), a **amostragem** é o processo de seleção dos indivíduos que participam num estudo qualitativo, o **sujeito** é o indivíduo de quem se recolheram os dados e a **população** é o conjunto de elementos/pessoas a que se pretende generalizar os resultados obtidos através da amostra escolhida do conjunto de sujeitos a ela pertencentes. Quanto às suas características, a amostra pode ser classificada como **representativa** ou **não representativa**. Assim, em traços gerais, dizemos que uma amostra é representativa quando a distribuição das suas características é igual à verificada na população de onde foi extraída, podendo determinar-se o grau de probabilidade, diferente de zero, de determinado sujeito da amostra pertencer, ou não, à população em questão, e que é **não representativa** quando a distribuição das características em questão e a probabilidade de pertencer, ou não, a determinada população não pode ser apurada (Coutinho, 2015, pp. 89–103; Quivy e Campenhoudt, 2005, pp. 159–160).

¹⁹ Disponível através da seguinte hiperligação: <https://pt.surveymonkey.com/>.

disponibilizadas na plataforma *SurveyMonkey*[®] e ao programa informático *Microsoft Excel*[®].

Por fim, na sétima fase da nossa investigação, tendo como objetivo efetuar uma avaliação qualitativa que nos permitisse responder às questões por nós colocadas, procedemos ainda à análise de conteúdo da Política de Informação da PSP (Apêndice E), enquanto documento estratégico definidor das principais linhas e orientações desta força de segurança em matéria de estabelecimento de uma política de informação que promova a aproximação ao cidadão e projete a imagem institucional da organização perante a sociedade (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 3).

No que concerne à redação da presente dissertação, seguiu o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, aprovado pela Resolução da Assembleia da República n.º 26/91 e ratificado pelo Decreto do Presidente da República n.º 43/91, ambos de 23 de agosto, cuja aplicação, com efeitos a partir de 1 de janeiro de 2012, inclusive, a todos os serviços, organismos e entidades sujeitos aos poderes de direção, superintendência e tutela do Governo, foi determinada através da Resolução do Conselho de Ministros n.º 8/2011, publicada no Diário da República, I Série, n.º 17, de 25 de janeiro de 2011.

A bibliografia encontra-se apresentada de acordo com a Norma Portuguesa de Referenciação Bibliográfica: NP 405, harmonizada com a Norma ISO 690, aprovada e homologada no âmbito das normas internacionais para elaboração de referências bibliográficas desenvolvidas pela *International Standards Organization* (ISO).

Em relação à estrutura da presente dissertação, importa referir que se encontra organizada em introdução, três capítulos e conclusões.

Deste modo, na construção dos alicerces que serviram de base a esta investigação, considerámos essencial iniciar o presente estudo com uma introdução, onde efetuamos a apresentação da temática escolhida, do seu enquadramento, das respetivas perguntas de partida e derivadas, da metodologia adotada e da estrutura do trabalho.

Seguidamente, apresentamos um primeiro capítulo, de abordagem concetual, centrado no fenómeno da globalização enquanto processo conducente à emergência da Era da Informação, em que se verifica uma democratização e universalização do acesso aos recursos computacionais e à informação, que, no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, conduziu a uma transformação e reconfiguração do espaço público, alterando profundamente o funcionamento e a organização das instituições públicas e privadas.

Num segundo capítulo, analisamos o advento e a evolução das redes sociais em linha e, não menos importante, o seu potencial estratégico a nível da comunicação organizacional na Era da Informação, com especial enfoque na presença institucional das FSS na *Internet*, através da análise dos casos da *London Metropolitan Police*, do Reino Unido, e da *Police Nationale*, de França, a nível europeu/internacional, e da PSP, da GNR, da Polícia Judiciária (PJ), do

Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) e da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE)²⁰, a nível nacional.

No terceiro capítulo, direcionado para a parte prática da presente investigação, apresentamos a análise e discussão dos resultados obtidos durante o trabalho de campo realizado, nomeadamente em termos de:

- 1) Análise de conteúdo da página de *Facebook* da PSP e estudo comparativo com as de outras forças policiais congéneres no espaço europeu e a nível internacional: *London Metropolitan Police*, do Reino Unido, e *Police Nationale*, de França;
- 2) Análise de conteúdo da cobertura dada pelos *media* à atividade, produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na sua página na rede social *Facebook*;
- 3) Análise e discussão dos resultados obtidos através das entrevistas a elementos ligados ao GIRP;
- 4) Análise e discussão dos resultados obtidos através da aplicação de questionário anónimo *online* a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*;
- 5) Análise e discussão dos resultados obtidos através da aplicação de questionário anónimo *online* a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP;
- 6) Análise de conteúdo da Política de Informação da PSP.

Por fim, apresentamos as conclusões da presente dissertação, onde, para além de respondermos à questão de partida e às perguntas derivadas da mesma, se apresentam as reflexões finais, assim como as recomendações e investigações futuras a desenvolver.

²⁰ Apesar de a ASAE não constar do elenco de FSS previstas no artigo 25.º da Lei de Segurança Interna (LSI) (Assembleia da República, 2008b) com competência para o exercício de funções de segurança interna, optamos por a incluir no conjunto dos casos que iremos estudar neste capítulo, na medida em que esta, enquanto serviço central na dependência direta do Estado, se enquadra no conjunto de órgãos e agentes pertencentes a serviços administrativos cuja função essencial consiste no desempenho de tarefas materiais de polícia administrativa ou judiciária (Valente, 2014, pp. 65–66).

1. DA GLOBALIZAÇÃO À ERA DA INFORMAÇÃO

"A globalização no século XXI dá-se muito mais pelo fluxo de dados e de ideias neles contidas (...) do que pelo comércio de bens."

(Arbache, 2017)

De acordo com Giddens (2010, p. 19), vivemos num mundo marcado por transformações que, para o melhor ou para o pior, afetam praticamente tudo o que fazemos, empurrando-nos para uma ordem global/sistema-mundo, cujos efeitos, apesar de a nossa compreensão não abranger ainda a sua totalidade, já se sentem no dia-a-dia. Segundo Salmon (2002, p. 29), a característica desta ordem/sistema é a globalização, que assenta e se desenvolve, em tempo real, através das novas tecnologias de grande velocidade, tanto no domínio das comunicações materiais como no das imateriais, num fenómeno de compactagem do espaço-tempo.

Estas novas tecnologias de grande velocidade, entre as quais se destacam as tecnologias de informação e de comunicação, para além de revolucionarem e acelerarem a comunicação, garantem o estabelecimento de redes globais de produção e o desenvolvimento dos mercados financeiros internacionais (Castells, 2008), estando na origem da transição de uma sociedade industrial para uma sociedade da informação e do conhecimento, que, entre outros aspetos, promove e incentiva a mobilidade global de fatores de produção determinantes no século passado, como a informação e o *know-how* (Carapeto e Fonseca, 2014, p. 26), e coloca no centro das suas preocupações a criatividade, a interatividade entre pares, o capital social, a participação em comunidades abertas e o acesso a redes globais (Rifkin, 2014, p. 407).

Assim, conforme refere Nunes (2015, p. 49), fruto dos avanços tecnológicos registados na área das comunicações e a nível dos sistemas de informação, bem como do desenvolvimento da circulação de fluxos de capitais e das relações comerciais à escala mundial, que, para além de favorecerem a integração dos mercados financeiros, estimulam a circulação de ideias, de pessoas e de bens, as fronteiras físicas têm tendido a diluir-se e a tornar-se cada vez mais permeáveis, contribuindo, de forma decisiva, para as transformações estruturais a que temos assistido nas últimas décadas (Castells, 2006) e que, nos anos 1990, conduziram à emergência da Era da Informação (Chiavenato, 2003, p. 629, 2009, p. 11), caracterizada por uma democratização e universalização do acesso aos recursos computacionais e à informação, que, por sua vez, no contexto da atual Sociedade em Rede, passou a estar disponível no ciberespaço, de forma permanente, independentemente da data, da hora e do local.

1.1. Comunicação, economia e poder: a sociedade contemporânea e o avanço tecnológico

"Os Sistemas de Informação/Tecnologias de Informação e de Comunicação (...) são uma presença constante na nossa vida (...) [, da qual] (...) [dependemos cada vez mais]. De facto [,] esta omnipresença é claramente catalisadora de oportunidades, de crescimento e de aumento de produtividade e competitividade."

(Martins, 2015)

Segundo Sousa *et al.* (2006, pp. 5–12), a produção e o consumo da informação e do entretenimento nunca são questões meramente económicas, políticas ou artísticas, prendendo-se, sobretudo, com a distribuição do poder na sociedade e com as suas consequências para a constituição do espaço público e para a qualidade do sistema democrático e do ambiente simbólico que nos envolve.

Na Era da Informação as mudanças introduzidas pela crescente digitalização e interconetividade em todas as áreas da atividade humana têm tido, conforme referem Buhr *et al.* (2017, p. 4), um reflexo profundo a nível económico, social e político, trazendo consigo um conjunto de importantes transformações, que vão desde a forma como obtemos informação e comunicamos com os outros, passando pelas mudanças a nível da gestão dos negócios e da produção de bens e serviços, até ao modo como gerimos o lazer, as amizades, a família, o emprego e a nossa autonomia (DG Communications Networks, 2015, p. 1).

Assim, as transformações em apreço afetaram não só os sistemas de produção industrial, mas também a organização da sociedade, a participação política e o modo como os governos respondem às necessidades dos cidadãos (Buhr *et al.*, 2017, p. 4).

Neste contexto, face aos desafios com que são confrontados, os Estados têm procurado modernizar-se internamente (European Institute of Public Administration (EIPA), 2013, p. 7), nomeadamente a nível da digitalização da Administração Pública e do ambiente tecnológico (United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2016, pp. 1–6), através da proliferação das ligações à *Internet*, da expansão da banda larga e do desenvolvimento das competências e capacidades individuais necessárias ao processamento de informação (Buhr *et al.*, 2017, p. 4).

A questão da digitalização da economia e da sociedade é uma das prioridades assumidas pela Comissão Europeia para o horizonte temporal 2016-2021 (DG Communications Networks, 2015, p. 1), tendo como principais objetivos a criação de uma infraestrutura digital que permita reduzir as barreiras digitais e o desenvolvimento das competências e capacidades digitais dos cidadãos e das Administrações Públicas, designadamente através do investimento em investigação e do desenvolvimento e reforço de serviços digitais públicos (Buhr *et al.*, 2017, p. 10).

A conetividade e o acesso à *Internet* é uma pré-condição essencial para a participação na economia digital (DG Communications Networks, 2015, p. 13): em 2014, 97% das empresas europeias utilizavam computadores e 94,5%

estavam conetadas à *Internet* através de banda larga fixa ou móvel. Neste capítulo, importa também destacar, pela sua importância, o crescimento e a universalização do acesso e utilização dos computadores e da *Internet* em casa. Assim, de acordo com um relatório da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) (OECD, 2013, p. 46), entre 1999 e 2009 o número de subscrições da *Internet* e de telefone móvel nos países da OCDE registou um forte crescimento, tendo praticamente triplicado em ambos os casos, culminando em mais de 70% dos domicílios a utilizar computador e a ter acesso à *Internet* no seu dia-a-dia.

De acordo com os relatórios da Comissão Europeia de 2016 e 2017 (Comissão Europeia, 2016; European Commission, 2017), relativos ao índice de digitalidade da economia e da sociedade no mercado único europeu, Portugal surge como um dos países com melhor índice de digitalidade²¹, apresentando uma pontuação acima da média da União Europeia e registando, na generalidade, um desenvolvimento mais rápido ao verificado entre os seus parceiros, o que, entre outros fatores, se fica a dever ao esforço nacional desenvolvido com vista à evolução do capital humano e do desempenho dos serviços públicos digitais (Azevedo, 2017; XXI Governo Constitucional, 2017).

Outro aspeto com especial relevância para o desenvolvimento e crescimento da digitalização da economia e da sociedade na Era da Informação é a multiplicação, na última década, das potencialidades e possibilidades de utilização das tecnologias de informação e de comunicação (Cardoso *et al.*, 2015, pp. 147 e 159), designadamente com a proliferação de dispositivos digitais de acesso e partilha de conteúdos na *Internet*, com o aparecimento das redes sociais em linha, com uma aposta mais forte dos *media* tradicionais na disponibilização de recursos informativos *online*, com a generalização do acesso a conteúdos culturais digitais, com as atividades relacionadas com a transação de bens e serviços na *World Wide Web* (WWW) e, ainda, com a proliferação de espaços virtuais, uma espécie de “*não-lugares*”²² (Augé, 2012, p. 70), que apelam à participação e à opinião dos utilizadores no ciberespaço.

No caso português, segundo o estudo *A Sociedade em Rede em Portugal: Uma Década de Transição* (Cardoso *et al.*, 2015, pp. 147–159), a atividade mais comum na *Internet* é o uso do correio eletrónico, com a troca de *e-mails* a ser referida por 88% dos utilizadores, assumindo também especial destaque a utilização das redes sociais, com uma percentagem de utilizadores na ordem dos 70% (Cardoso *et al.*, 2015, pp. 150–151).

Esta percentagem de utilização das plataformas de sociabilidade na *Internet* em termos nacionais surge em linha com os fortes padrões de uso das

²¹ Segundo Chaturvedi, Bhalla e Chakravorti (2017), em linha com o evidenciado pelos relatórios da Comissão Europeia supra referidos, no período 2008-2015 Portugal surge também entre os países com melhor índice digitalidade a nível mundial, apresentando uma pontuação acima da média no *Digital Evolution Index* de 2017, que analisa a taxa de evolução digital em 60 países diferentes.

²² Para uma melhor compreensão do conceito de “*não-lugar*”, ver: AUGÉ, Marc - **Não-Lugares: Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade**. 3.^a ed. Lisboa: Livraria Letra Livre, 2012. ISBN 978-989-8268-14-3, pp. 67–98.

mesmas registados a nível internacional (Greenwood, Perrin e Duggan, 2016; Guest *et al.*, 2015; Hampton *et al.*, 2011; Poushter, 2017; Universo Abierto, 2017), o que se assume como um indicador importante acerca da relevância destes canais de comunicação nas sociedades contemporâneas, que, cada vez mais, os vêem como um meio e uma ferramenta para influenciar e intervir no espaço público (Rasmussen, 2016, pp. 65–66), como acontece com as mobilizações políticas e sociais construídas e convocadas a partir das redes sociais (Cardoso *et al.*, 2015, p. 272).

Assim, fruto dos desenvolvimentos tecnológicos registados e da crescente digitalização da economia e da sociedade, assiste-se a uma reconfiguração nas relações entre os cidadãos e o Estado (Santos *et al.*, 2017), com este último, numa trajetória de modernização e de digitalização do setor público, orientada por princípios de economia, eficiência e eficácia, a investir na oferta e disponibilização de serviços públicos através da *Internet* em áreas fundamentais para o bem-estar social, como a saúde, os impostos e a segurança, entre outras. Na sua essência, este investimento visa corresponder, através de abordagens menos burocratizadas, hierarquizadas e procedimentalizadas, assentes num conceito de governação integrada (Louro *et al.*, 2015, pp. 9–10), às necessidades e expectativas dos cidadãos e das empresas²³, que, cada vez mais, utilizam o ciberespaço nas suas atividades diárias (OECD, 2013, p. 46).

1.2. A emergência e o efeito transformacional da *Web 2.0*

“Se o século XX foi testemunha da introdução de sistemas de comunicação que permitiam uma ampla distribuição de mensagens, conquistando, e reconfigurando, espaço e tempo, o século XXI é testemunha do domínio da interatividade da comunicação, privilegiando um sistema de múltiplos produtores/distribuidores/consumidores.”

(Espanha, Cardoso e Soares, 2006)

De acordo com Campos (2010), a *Web 2.0*, termo cunhado por Tim O’Reilly, sobre o qual nos debruçaremos com maior detalhe no segundo capítulo, refere-se a todo um sistema de aplicações informáticas que permitem aos utilizadores interagir e participar, de forma flexível, no conjunto dos processos de comunicação.

Entre estas aplicações, destacam-se, pela sua importância e impacto, nomeadamente na transformação da sociabilidade (Marques, 2011, p. 7), as redes sociais em linha, que eclodiram a partir de 2003 (Campos, 2010), tendo crescido de forma exponencial desde então, contando, atualmente, com milhões de utilizadores em todo o mundo (Kirkpatrick, 2011, p. 29).

²³ A título de exemplo, veja-se, no caso português, os programas Simplex 2007 (Unidade de Coordenação da Modernização Administrativa, 2007), Simplex+ 2016 (AMA - Agência Portuguesa para a Modernização Administrativa, 2016) e Simplex+ 2017 (AMA - Agência Portuguesa para a Modernização Administrativa, 2017), desenvolvidos e implementados pelo Governo com vista a uma simplificação legislativa e administrativa, assim como à modernização dos serviços públicos.

O que caracteriza as aplicações informáticas em apreço, como acontece no caso das referidas redes sociais, é a possibilidade que cada utilizador tem de ser, simultaneamente, editor, criador, produtor e distribuidor de conteúdos (Kirkpatrick, 2011, p. 21), e/ou de modificar os conteúdos produzidos por outro utilizador com vista à construção de algo novo (Carapeto e Fonseca, 2014, p. 63).

Neste sentido, fruto do seu potencial colaborativo e participativo na produção de bens e serviços, bem como da sua disponibilização, muitas vezes, de forma universal e gratuita, no ciberespaço, a *Web 2.0* é também anunciada como a Era da Participação (Carapeto e Fonseca, 2014, p. 63), em que os indivíduos vêm alargadas as suas possibilidades de participação através da rede, sem constrangimentos de tempo, de espaço e de outras condições físicas (Simões, 2005, p. 31).

Deste modo, conforme referem Carapeto e Fonseca (2014, p. 65), fruto da evolução das aplicações disponíveis na WWW e num contexto de rápida difusão da banda larga e, conseqüentemente, da acessibilidade dos cidadãos e das organizações, tanto públicas como privadas, à *Internet*, que resultou numa comunidade produtiva de utilizadores ligados em rede, pelas tecnologias de informação e de comunicação, com impacto tanto a nível dos modelos de negócio existentes como das expectativas em relação ao acesso, distribuição de informação e liberdade de interação, assistiu-se a um conjunto de transformações na relação entre a Administração Pública e os cidadãos.

Estas transformações proporcionaram, entre outros aspetos, uma maior aprendizagem recíproca, a emergência de inovações e uma maior interatividade dos cidadãos com as entidades públicas, marcada pela partilha de conhecimentos e pela utilização das aplicações informáticas em que assenta a *Web 2.0* como um pilar essencial a uma Administração Pública caracterizada pela transparência, participação e colaboração, que está na origem do neologismo *Administração 2.0* (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 67–68), que, mais do que um espaço de interações, mediado pelas novas ferramentas tecnológicas, é definida, nas palavras de Carapeto e Fonseca (2014, p. 68), "(...) [sobretudo, pela] *aspiração a uma mudança na [Administração Pública], orientada para a sua abertura, para a utilização da colaboração e [para] o desenvolvimento de uma cultura de participação suportada pela partilha de conhecimentos entre os trabalhadores públicos e entre estes e os cidadãos [, em que] as tecnologias sociais e a própria atividade de relacionamento social em rede, [por assumirem o papel de facilitadores,] são uma parte importante desta mudança.*"

1.3. A reconfiguração do espaço público na Era da Informação

"O ciberespaço converteu-se numa ágora [eletrónica] global onde a diversidade do descontentamento humano explode numa cacofonia de pronúncias."

(Castells, 2007a, p. 168)

Segundo Innerarity (2010, p. 107), a ideia de espaço público surge intimamente ligada à realidade da cidade, aos valores da cidadania e ao

horizonte da civilização, como uma espécie de *ágora* democrática, inspirada nas cidades-estado gregas, representativa do espaço cívico do bem comum, por contraposição ao espaço privado dos interesses particulares, em que os assuntos de interesse público são sujeitos ao olhar da comunidade, ao seu julgamento e à sua aprovação.

Neste sentido, o espaço público é tradicionalmente entendido como o resultado de todas as conversações em que um conjunto de indivíduos se reúne para formar um "*corpo público*", onde os cidadãos, com a garantia de liberdade de reunião, de associação, de expressão e de publicação das suas opiniões, discutem assuntos de interesse público, com o objetivo de influenciar a ação política, requerendo, para o efeito, no contexto de uma sociedade alargada, meios específicos para a transmissão de informação, assim como para influenciar aqueles que a recebem (Habermas, Lennox e Lennox, 1974).

A expressão "*opinião pública*" surge no século XVIII como designação para uma nova cultura política que transfere o centro da autoridade da exclusiva vontade do soberano para o julgamento de uma entidade que não se consubstancia numa instituição, que debate publicamente e que é mais soberana do que o soberano, opondo-se à opinião popular, porque, ao contrário desta última, versátil e povoada de preconceitos, é estável e assenta na razão (Rieffel, 2003, p. 44).

Durante a Revolução Francesa, com o aumento da leitura dos jornais, que, na época, florescem um pouco por toda a parte, esta noção de opinião pública acaba por ganhar importância. Assim, as mudanças provocadas pelo fim da monarquia absoluta acabam por favorecer a constituição de uma esfera pública burguesa (Habermas, Lennox e Lennox, 1974), que, segundo Rieffel (2003, p. 44), se define, política e sociologicamente, como um espaço de discussão libertado da soberania do Estado e crítico em relação a este, e diferente da corte e do povo.

Esta esfera pública beneficia, entre meados do século XVIII e na primeira metade do século XIX, do sucesso dos salões, dos cafés, dos clubes e dos jornais, que servem de intermediários entre leitores, autores e editores, caracterizados por serem indivíduos esclarecidos e com capacidade de argumentação, capazes de gerar um discurso político e democrático (Sodré, 2009, p. 11). Por sua vez, o povo, em virtude de não possuir a competência necessária para debater problemas literários, artísticos, políticos ou outros, acaba por ser excluído deste espaço (Rieffel, 2003, p. 45).

Contudo, a esfera pública burguesa, inspirada nos ideais do Iluminismo, acabou por se degenerar (Rieffel, 2003, pp. 45–46), dando lugar a um espaço onde as fronteiras entre o "*público*" e o "*privado*", o "*local*" e o "*global*", e o "*espaço*" e o "*tempo*" se diluem cada vez mais (Amaral, 2016, pp. 24 e 40). Esta mudança teve lugar a partir da segunda metade século XIX e ao longo do século XX, como resultado da transformação de um público que discute a cultura num que a consome, com a mercantilização dos *media*, com o aumento progressivo da influência das técnicas de *marketing*, com a crise do ideal burguês de publicidade, no sentido de publicar ou tornar público, que passa para a categoria de publicidade mediática (anúncio publicitário), e com a

crescente digitalização da economia e da sociedade na Era da Informação (Amaral, 2016, pp. 24 e 40; Rieffel, 2003, pp. 45–46).

Se até finais do século XX os jornais, as revistas, a rádio e a televisão foram, por excelência, os *media* do espaço público (Habermas, Lennox e Lennox, 1974), no contexto de uma economia e sociedade globalizadas, em que se assiste a uma revolução digital assente na transição de um paradigma de comunicação em massa para uma comunicação universal em rede (Cardoso *et al.*, 2009, pp. 15–66), a esfera pública passou a depender largamente do sistema de comunicação global/local dos *media*, que, desde finais do século passado, inclui não só os referidos *media* tradicionais, mas também uma variedade de sistemas de multimédia e de comunicação, entre os quais se destacam, pelo seu papel decisivo, a *Internet* e as redes de comunicação horizontal (Castells, 2008).

Este sistema de comunicação global/local dos *media* exponenciou a capacidade de participação dos cidadãos e contribuiu, decisivamente, para a reconfiguração do espaço público na Era da Informação, materializando-se numa nova *ágora* eletrónica (Castells, 2007a, p. 168), baseada num conjunto de plataformas de sociabilidade em linha, como o *Facebook*, o *YouTube* e o *Twitter*, entre outras (Amaral, 2016, pp. 21–22), que desempenham um papel central na formação de quadros mentais em relação a acontecimentos e instituições nas sociedades contemporâneas, tanto em termos de construção da perceção que os cidadãos têm do mundo que os rodeia como da promoção da imagem das organizações (Sousa, 2016, p. iv).

1.4. A *Governance* eletrónica e o movimento de virtualização na Administração Pública

"(...) e-government aims at improving the relationship between people and their Government [,] (...) making public services delivery more effective, accessible and responsive to people's needs [,] (...) [and] at increasing participation in decision making (...)."

(United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2016, p. 1)

De acordo com Carapeto e Fonseca (2014, p. 55), embora o conceito weberiano de burocracia remeta para a ideia de submissão de um todo a uma ordem, numa perspetiva científica de organização, materializada num sistema social em que a divisão de trabalho é realizada, de forma racional e coerente, tendo em conta os fins a que se destina, com vista à obtenção dos melhores resultados, a sua utilização na gíria popular surge, normalmente, como sinónimo de apego excessivo a regulamentos e normas, a excesso de tramitações e papeladas, e a ineficiência.

Assim, no contexto de uma economia e sociedade crescentemente digitalizadas, em que se verifica uma reconfiguração do espaço público, onde os cidadãos e as empresas procuram, através dos novos desenvolvimentos tecnológicos, influenciar a ação do Estado, exigindo, da parte deste, abordagens assentes num conceito de governação integrada (Louro *et al.*, 2015, pp. 9–10), que permitam dar resposta às suas necessidades e

expetativas, assiste-se à transição de uma Administração Pública marcadamente burocrática para uma Administração Pública eletrónica (Carapeto e Fonseca, 2014, p. 55), alicerçada num conceito de *Governance* digital (Rato, 2015), orientada para o cidadão enquanto cliente a quem é prestado um serviço.

Esta transformação, perspetivada pela possibilidade das redes digitais funcionarem como instrumentos facilitadores da participação dos cidadãos nas decisões políticas e na gestão pública (Rato, 2015), tendo como referência uma ideia de *Governance* eletrónica, resultou, conforme referem Carapeto e Fonseca (2014, p. 55), da convergência digital de conceitos como Administração Pública eletrónica (*e-Government*), democracia eletrónica (*e-Democracy*) e negócios eletrónicos (*e-Business*), materializando-se na prestação de serviços aos cidadãos, às empresas e à sociedade em geral, orientada por princípios de economia, eficiência e eficácia, com vista a uma diminuição do tempo e da complexidade da prestação de serviços, assim como ao aumento das possibilidades de participação dos cidadãos (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 55–56) e a uma maior *accountability*²⁴ e transparência das organizações (United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2016, p. 1).

É neste contexto que se inserem, entre outros, os programas Simplex 2007 (Unidade de Coordenação da Modernização Administrativa, 2007), Simplex+ 2016 (AMA - Agência Portuguesa para a Modernização Administrativa, 2016) e Simplex+ 2017 (AMA - Agência Portuguesa para a Modernização Administrativa, 2017), desenhados e implementados com o objetivo de orientar a Administração Pública portuguesa para uma resposta pronta e eficaz às necessidades dos cidadãos e das empresas no exercício dos seus direitos e no cumprimento das suas obrigações, designadamente através da simplificação de procedimentos e da racionalização e eficiência dos serviços públicos, assente numa maior colaboração e partilha de meios e de informação em todos os processos.

Contudo, a *Governance* eletrónica e o movimento de virtualização na Administração Pública não se esgotam em programas como os que acabámos de referir, materializando-se também numa forte presença das entidades públicas na *Internet*, concretizada, como acontece no caso português, através de páginas institucionais, como o *Portal das Finanças* (Autoridade Tributária e Aduaneira, 2016), a *Segurança Social Direta* (Instituto da Segurança Social, 2017) e o *Portal do Cidadão* (AMA - Agência Portuguesa para a Modernização Administrativa, 2015), entre outras, criadas e desenvolvidas com o objetivo de facilitar o relacionamento entre os cidadãos, as empresas e a Administração Pública, através de canais privilegiados para o acesso à informação e à prestação de serviços públicos eletrónicos (AMA - Agência Portuguesa para a Modernização Administrativa, 2015).

²⁴ Expressão de origem inglesa que, em termos gerais, se refere à obrigação de prestação de contas pelas responsabilidades assumidas, justificando a utilização e gestão dos recursos empregues (European Institute of Public Administration, 2007, p. 63).

Neste capítulo, importa ainda referir, pela sua relevância no âmbito da *Governance* eletrónica e do movimento de virtualização na Administração Pública, a crescente utilização das plataformas de sociabilidade em linha por parte das organizações públicas.

1.4.1. Tecnologias e imaginários colaborativos: a utilização dos *media* sociais na construção de uma cidadania digital

"(...) Para além da partilha e do acesso livre à informação, a internet e as redes sociais vieram motivar a informação de proximidade e favorecer a própria produção de conteúdos (...) pelos utilizadores (...)."

(Cardoso *et al.*, 2015, p. 234)

De acordo com Marques (2011, p. 7), uma das funcionalidades da *Internet* com maior número de adeptos são as plataformas de sociabilidade em linha, as designadas redes sociais. Estas cresceram de forma exponencial nos últimos anos, possuindo cada vez mais utilizadores (Kirkpatrick, 2011, p. 29), e destacam-se pelas possibilidades relacionais que oferecem, nomeadamente em termos da permissão de criação de um perfil de si próprio a cada utilizador e da construção de uma rede pessoal de relacionamentos sociais que o conecta, intencional e seletivamente, com outros utilizadores pertencentes à sua rede pessoal ou a outras redes pessoais e de interesses comuns, através da troca de mensagens privadas e públicas entre si (Cheta, 2008, p. 3).

Assim, face ao crescimento das expectativas dos cidadãos e das empresas em relação à capacidade de resposta do Estado, que, por sua vez, na Era da Informação, marcada por uma economia e sociedade digitalizadas (Schwab, 2016), passou a estar sujeito a uma forte exposição e influência mediáticas (Louro *et al.*, 2015, p. 14), bem como a um maior escrutínio e a exigências acrescidas de transparência, as organizações públicas têm também procurado marcar presença em plataformas de sociabilidade em linha, como o *Facebook*, o *Twitter* e/ou o *YouTube*²⁵, numa perspetiva de abertura e aproximação dos serviços públicos aos cidadãos, procurando divulgar as atividades por si desenvolvidas e, conseqüentemente, promover a sua imagem institucional (Serra, 2003).

Esta presença das organizações públicas nas redes sociais acaba por oferecer um potencial acrescido em relação à sua simples presença na WWW através das aludidas páginas eletrónicas institucionais, na medida em que facilita e exponencia as possibilidades de interação entre as partes (Recuero, 2009, p. 79), a capacidade de participação dos cidadãos (Delgado, Triana e Sayago, 2013), a formação de comunidades e o desenvolvimento de projetos colaborativos (Carapeto e Fonseca, 2014, p. 65), contribuindo, desta forma, para a construção de uma verdadeira cidadania digital, em que os cidadãos

²⁵ Em Portugal, veja-se, a título de exemplo, o caso da Autoridade Tributária e Aduaneira (AT), da PSP, da GNR, da PJ, da ASAE e do SEF, que, para além de marcarem presença na WWW através de páginas eletrónicas institucionais, estão também presentes em uma ou mais das redes sociais em apreço.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

vêm aumentadas as suas possibilidades e oportunidades de participação e de interação com os poderes públicos, numa lógica de maior aproximação entre a sociedade civil e a Administração Pública (Cardoso *et al.*, 2015, p. 73).

2. O ADVENTO DAS REDES SOCIAIS EM LINHA

"As redes sociais funcionam como o sistema circulatório. (...) Já não se vive sem elas e tornou-se quase impossível resistir-lhes. (...) [Este] novo sangue da veia social humana tornou-se primordial à vida."

(Salvador, 2017)

O conceito de rede não é novo, tendo começado a ter uma maior utilização nas diferentes áreas da ação humana (*e.g.* política, económica, científica, mediática, social, cultural e educacional) a partir da década de 1980 (Ferreira, 2012).

Assim, o estudo da sociedade a partir da ideia de rede representa, segundo Recuero (2009, p. 17), um dos principais focos de mudança que atravessa a ciência ao longo de todo o século XX, tendo resultado num conjunto diversificado de linhas de investigação²⁶ que, mais do que se preocuparem com a dissecação de cada um dos fenómenos num paradigma analítico eminentemente cartesiano, procuram centrar o seu escopo na análise da rede enquanto resultado das interações entre as partes que a constituem.

A metáfora da rede foi utilizada pela primeira vez, como base de uma abordagem científica, pelo matemático suíço Leonard Euler, em 1736, num artigo relativo ao "*Enigma das Pontes de Königsberg*" (Recuero, 2009, p. 19), onde procurava verificar se seria possível atravessar a cidade de Königsberg, que se ramifica formando uma ilha que se liga à restante parte da cidade através de sete pontes, passando por todas as pontes, sem, contudo, repetir nenhuma delas (Araújo, [s.d.]).

Para responder à questão, Euler conetou as quatro partes terrestres da cidade, representadas graficamente como nós/pontos, com as sete pontes, representadas como arestas/conexões, tendo criado o primeiro teorema da chamada *Teoria dos Grafos*²⁷ (Recuero, 2009, p. 19), cuja representação gráfica se apresenta na Figura 1.

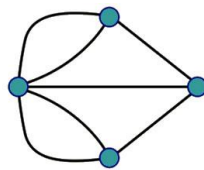


Figura 1 – Representação gráfica da cidade de Königsberg, retirada de Feofiloff (2011).²⁸

²⁶ Entre as quais se destacam, pela sua importância, a *Teoria Geral dos Sistemas* de Bertalanffy (1975), que defendia a perspectiva sistémica como resposta à necessidade de compreender os fenómenos na sua totalidade e não como independentes uns dos outros, e a abordagem *Cibernética* de Ashby (1970) e Wiener (2000), que procura analisar os fenómenos resultantes do funcionamento das máquinas a partir dos sistemas biológicos (Recuero, 2009, pp. 17–18).

²⁷ Segundo Araújo ([s.d.]), um grafo é um par ordenado de conjuntos disjuntos, onde V é um conjunto arbitrário que se designa por conjunto dos vértices e A é um multiconjunto de pares não ordenados de elementos (distintos) de V que se designa por conjunto das arestas.

²⁸ Na Figura 1, cada círculo representa um vértice que corresponde a uma parte da cidade de Königsberg e as conexões (arestas) entre eles representam as pontes que as ligam. O teorema de Euler partia do princípio de que para atravessar cada ponto seria necessário que o mesmo

Mais do que contribuir para a resolver o “*Enigma das Pontes de Königsberg*”, o teorema desenvolvido por Euler revelou ter aplicabilidade na resolução de problemas práticos noutras áreas, nomeadamente na indústria, na informática, na engenharia e nas ciências sociais (Feofiloff, 2011), estando na origem do que, de acordo com Recuero (2009, p. 20), é hoje referenciado como *Análise Estrutural das Redes Sociais*, que se propõe a extrair, a partir da aludida *Teoria dos Grafos*, propriedades estruturais e funcionais, através da observação empírica, que permitam compreender os indivíduos conetados em redes sociais no mundo real e no ciberespaço, assim como as suas interações no âmbito das mesmas.

De um ponto de vista concetual, a ideia de rede social refere-se a uma estrutura composta por indivíduos e/ou organizações, interligados por um ou mais tipos de relações (*e.g.* sociais, culturais, económicas e/ou políticas), que partilham um conjunto de valores e objetivos comuns, formando uma comunidade (Mancini, 2016).

Entre as principais características das redes sociais, destacam-se, por um lado, o grau de abertura que apresentam, permitindo uma grande diversificação dos atores e das interações e laços estabelecidos entre si, o que contribui para que possam ser mais ou menos hierárquicas e assumir, em função disso, várias configurações (Simões, 2005, p. 91), e, por outro, a capacidade para se desfazerem tão rapidamente como se formam (Duarte e Frei, 2008, p. 156).

O aparecimento da *Internet* como *medium* de comunicação trouxe consigo, conforme refere Castells (2007a, p. 145), um conjunto de novos padrões de interação social, como a formação de comunidades virtuais, baseadas, sobretudo, na comunicação *online*, que culminou num processo histórico de dissociação entre a territorialidade e a sociabilidade na criação de comunidades, que passaram a formar-se também no ciberespaço, substituindo e complementando as tradicionais formas de interação humana limitadas territorialmente.

Entre estas comunidades virtuais da *Internet* destacam-se, pela sua importância no atual contexto da Sociedade em Rede/da Informação, as plataformas de sociabilidade em linha, as chamadas redes sociais, que, conforme referimos anteriormente, se integram no sistema de aplicações informáticas batizado por Tim O’Reilly como *Web 2.0*, caracterizando-se por permitirem aos utilizadores interagir e participar de forma flexível no conjunto dos processos de comunicação (Campos, 2010).

As redes sociais em linha resultaram de um fenómeno espontâneo dos utilizadores da *Internet*, alheio aos *media* tradicionais (Campos, 2010), caracterizando-se, por um lado, pelas possibilidades relacionais que oferecem (Cheta, 2008, p. 3) e, por outro, pela sua capacidade de segmentar e comercializar as informações obtidas através dos perfis dos utilizadores, permitindo às organizações, sejam elas públicas ou privadas, adequar os

tivesse duas conexões, uma para entrar no ponto e outra para sair, pelo que, para ser possível atravessar a cidade passando por todas as pontes sem repetir qualquer uma delas, o número de conexões teria de ser par, o que não acontecia na cidade de Königsberg, onde existiam sete pontes (Recuero, 2009, p. 19).

conteúdos por si produzidos às necessidades e expectativas do seu público-alvo (Campos, 2010).

De acordo com Cheta (2008, p. 3), as atuais redes sociais mais populares constituem uma atualização e melhoramento das primeiras gerações de *software*²⁹ social de comunicação mediada por computador dos anos 1990, como o *Internet Relay Chat*³⁰ (IRC) (Pinto, 2009), possibilitando a conversação em tempo real, a partilha de ficheiros personalizados de imagens, música e vídeo, a videoconferência *online* com outros utilizadores, o reforço da manutenção das sociabilidades pré-existentes no mundo real (*offline*) e a expansão das sociabilidades que ocorrem exclusivamente no ciberespaço (*online*).

Neste contexto, as redes sociais, em concorrência direta com os meios de comunicação social tradicionais (imprensa, rádio e televisão), têm-se afirmado, cada vez mais, como os novos canais de comunicação do século XXI (Boyd e Ellison, 2007), consolidando a sua posição enquanto parte integrante da estratégia de convergência adotada pelas organizações, que, independentemente do seu caráter público ou privado, vêm nelas um veículo privilegiado para uma maior aproximação ao seu público (Campos, 2010).

2.1. A evolução da *Internet*: da *Web 1.0* à *Web 3.0*

"Num mundo de espantosas mudanças tecnológicas, ninguém pode ter a certeza daquilo que o futuro reserva."

(Giddens, 2009, p. 475)

De acordo com Giddens (2009, p. 473), a *Internet* surgiu de forma espontânea como produto de um mundo que, em 1989, na sequência da queda do "Muro de Berlim" e do fim da "Guerra Fria", deixou de estar dividido em dois blocos político-militares que opunham os Estados Unidos da América (EUA) e os países da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN) à União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) e aos seus aliados do Pacto de Varsóvia.

Contudo, não obstante a espontaneidade do surgimento da *Internet*, esta encontra as suas origens em pleno período da "Guerra Fria" (Giddens, 2009, p. 473), como resultado, segundo Castells (2007, pp. 54–55), de uma conjugação, até aí nunca antes vista, de estratégia militar, de cooperação entre as cúpulas científicas, de iniciativa tecnológica e de inovação contra-cultural, que resultaram no trabalho de investigação desenvolvido pelo Departamento de Defesa dos EUA, através da *Advanced Research Projects Agency* (ARPA), com o

²⁹ Expressão de origem inglesa que designa a totalidade ou parte dos programas, dos procedimentos, das regras e da documentação associada, pertencentes a um sistema de processamento de informação (Fernandes *et al.*, 2005, p. 78).

³⁰ Protocolo de comunicação na *Internet*, criado por Jarkko Oikarinen, em 1988, com o objetivo de produzir um sistema de texto comunitário, em *Transmission Control Protocol/Internet Protocol* (TCP/IP), envolvendo vários utilizadores que, através de canais diversificados, trocassem mensagens públicas e privadas entre eles, em tempo real (Contribuidores da Wikipédia, 2016; Pinto, 2009).

objetivo de criar um sistema de comunicações invulnerável a um ataque nuclear, que permitisse às máquinas interagir e trocar informações entre elas, resolver problemas, comunicar a grandes distâncias e apresentar a informação visualmente (Noël e Zartarian, 2002, p. 54).

Assim, em 1966 é lançado pela ARPA um projeto de interligação entre computadores através das linhas telefónicas, que assentava no princípio da transmissão de mensagens por pacotes (Noël e Zartarian, 2002, p. 55).

Este projeto, desenvolvido em simultâneo nos EUA, pela *Rand Corporation* (Castells, 2007, p. 55), e no Reino Unido, pelo Laboratório Nacional de Física (Noël e Zartarian, 2002, p. 55), baseando-se na tecnologia de transmissão de pacotes, em que os dados são expedidos num certo número de pequenos pacotes, aos quais são acrescentadas informações sobre a identidade do emissor e do destinatário da mensagem, assim como um número que serve para reordenar os pacotes à sua chegada (Noël e Zartarian, 2002, p. 55), conduziu ao estabelecimento, em 1969, da primeira rede independente de centros de comando e de controlo, conhecida como ARPANET (Passeira, 2011, p. 20), em que as unidades de mensagem encontram os seus próprios caminhos na rede, reunindo-se, de forma coerente, em qualquer momento, na máquina destinatária (Castells, 2007, p. 55).

Segundo Castells (2007, p. 55), quando, mais tarde, a tecnologia digital passou a permitir agrupar todos os tipos de mensagens, nelas se incluindo o som, as imagens e a informação, formou-se uma rede capaz de comunicar com os seus nós, através de uma linguagem digital universal, sem utilizar os centros de comando e de controlo, numa lógica de trabalho em rede que criou as condições tecnológicas necessárias para a comunicação horizontal e global que caracteriza a *Internet* nos nossos dias.

Se inicialmente a ARPANET foi criada com fins exclusivamente militares, nos anos 1980 foi alvo de uma abertura ao meio académico (Moura, 2010, p. 29), passando a destinar-se exclusivamente a fins de investigação científica e convertendo-se em ARPA-INTERNET (Castells, 2007, p. 28). Todavia, fruto desta abertura ao meio académico e, conseqüentemente, ao domínio público, acaba por deixar cair o prefixo ARPA, passando a designar-se por INTERNET (Castells, 2007, p. 56).

Nos anos 1990, na sequência da abertura da tecnologia para a criação de redes informáticas ao domínio público e do processo de desregulação das telecomunicações nos EUA, assistiu-se ao desmantelamento da ARPANET, que se tornara então tecnologicamente obsoleta, e à privatização da *Internet* (Castells, 2007, p. 28).

Com esta privatização, que conduziu ao seu repentino e rápido desenvolvimento comercial à escala planetária (Moura, 2010, p. 29), a *Internet*, designadamente através da construção de novos processos de interação numa rede de cobertura mundial, conhecida como WWW, acabou por se generalizar e afirmar como um dos principais motores do desenvolvimento tecnológico (Nunes, 2016), contribuindo, decisivamente, no contexto de uma economia e sociedade globalizadas, para a emergência da Era da Informação, em que as mudanças introduzidas pela crescente digitalização e interconetividade em

todas as áreas da atividade humana têm um reflexo profundo a nível económico, social e político (Buhr *et al.*, 2017, p. 4), trazendo consigo um conjunto de importantes transformações, que, conforme referimos anteriormente, vão desde a forma como obtemos informação e comunicamos com os outros, passando pelas mudanças a nível da gestão dos negócios e da produção de bens e serviços, até ao modo como gerimos o lazer, as amizades, a família, o emprego e a nossa autonomia (DG Communications Networks, 2015, p. 1).³¹

De acordo com Fernandes *et al.* (2005, p. 45) e Passeira (2011, p. 20), o termo *Internet* refere-se a uma rede alargada de redes à escala planetária (*INTERconnected NETworks*), uma espécie de confederação de redes locais (*LAN – Local Area Network*) e redes de área alargada (*WAN – Wide Area Network*), que sustenta praticamente todos os sistemas de informações reais na WWW, proporcionando acesso, com base no protocolo TCP/IP, a *websites*³², correio eletrónico, sistemas de boletins eletrónicos, bases de dados e grupos de discussão, entre outros.

Ainda segundo Fernandes *et al.* (2005, p. 90), a *Web* ou WWW é um sistema baseado na utilização do hipertexto, que permite a pesquisa de informação na *Internet*, assim como o acesso e visualização dessa informação, utilizando, para o efeito, a linguagem *Hipertext Markup Language* (HTML) e o protocolo *Hypertext Transfer Protocol* (HTTP) para apresentar e transmitir texto, gráficos, som e vídeo, incorporando também outros protocolos da *Internet*.

Segundo Coelho (2004, p. 1), o conceito de WWW, da autoria de Tim Berners-Lee, surgiu na Suíça, em 1989, no Laboratório Europeu de Física de Partículas (CERN), como forma de, no contexto de uma *Internet* em crescente evolução e expansão, construir um sistema de informação que tornasse a procura e publicação de informação fácil, intuitiva e visualmente atrativa, tendo acabado por se afirmar em relação a outras aplicações concorrentes que existiam na altura, porque, para além da sua simplicidade de utilização, baseava-se não só em texto, mas também na imagem e em multimédia. O hipertexto foi a primeira aplicação de tecnologia deste tipo (Passeira, 2011, p. 20), em que o conteúdo é escrito em linguagem HTML de modo a que o documento, para além da informação que veicula, contenha hiperligações ao mesmo ou a outros documentos (Fernandes *et al.*, 2005, p. 40).

De 1989 até aos nossos dias, a *Web* tem passado por vários estádios de evolução, sendo de prever que, tendo em conta o ritmo vertiginoso a que têm

³¹ Considerando os objetivos do presente subcapítulo no âmbito desta dissertação, não apresentamos aqui uma história detalhada das origens e evolução da *Internet*. Contudo, para quem pretender aprofundar um pouco mais o tema, sugerimos a leitura de uma pequena história da *Internet* em: NOËL, Emile; ZARTARIAN, Vahé - **Cibermundos: Para onde nos levam, Big Brother?** Porto: Ambar, 2002. ISBN 972-43-0505-8, pp. 54–60.

³² Expressão de origem inglesa que designa o conjunto de hipertextos organizados por uma determinada pessoa ou organização, armazenados e disponibilizados na WWW (Fernandes *et al.*, 2005, p. 77).

ocorrido as mudanças tecnológicas nos últimos trinta a quarenta anos (Giddens, 2009, p. 475), essa tendência se mantenha no futuro.

Assim, o estágio da *Web 1.0* corresponde ao período que medeia entre 1989 e 2002/2003, caracterizando-se pelo seu caráter comunicativo unidirecional, na medida em que permitia aos utilizadores consultarem apenas os conteúdos disponibilizados pelas organizações/empresas que tinham capacidade para desenvolver e publicar páginas eletrónicas na WWW, sem, no entanto, poderem interagir e/ou participar no conjunto dos processos de comunicação com as mesmas (Passeira, 2011, p. 21). Estes *websites* eram, em regra, estáticos e limitados em termos de conteúdos, sendo, na sua generalidade, atualizados com pouca frequência (Hendriks *et al.*, 2010, pp. 23–24).

A *Web 2.0* é o estágio que corresponde ao período compreendido entre 2003/2004 e os nossos dias, caracterizando-se pelo seu caráter comunicativo bidirecional, permitindo aos utilizadores, através de ferramentas simples, intuitivas e gratuitas, produzir conteúdos, bem como interagir e participar, de forma flexível e em tempo real, no conjunto dos processos de comunicação (Hendriks *et al.*, 2010, pp. 23–24), enquanto editores, criadores, produtores e/ou distribuidores de conteúdos (Kirkpatrick, 2011, p. 21), com poder para modificar os conteúdos produzidos por outro utilizador com vista à construção de algo novo (Carapeto e Fonseca, 2014, p. 63).

Entre as aplicações que fazem parte da *Web 2.0*, destacam-se, pela sua importância e impacto, nomeadamente em termos de transformação da sociabilidade (Marques, 2011, p. 7), as redes sociais da *Internet*, que eclodiram, em força, a partir de 2003 (Campos, 2010), tendo crescido de forma exponencial desde então, contando, atualmente, com milhões de utilizadores em todo o mundo, como acontece com a rede social *Facebook*, que em fevereiro de 2010 já reivindicava ter mais de 400 milhões de utilizadores ativos (Kirkpatrick, 2011, p. 29), tendo crescido, de lá para cá, de forma exponencial, elevando a fasquia para um número que supera atualmente os 1000 milhões de utilizadores ativos³³ (Facestore, 2017).

A *Web 3.0* destaca-se, sobretudo, pelo seu caráter colaborativo em tempo real, estando a ocorrer em simultâneo com o segundo estágio de evolução da *Internet*, a *Web 2.0*, desde 2010 (Passeira, 2011, p. 21).

Este terceiro patamar de evolução tecnológica é caracterizado por uma aproximação crescente das máquinas ao universo da inteligência artificial (Lee *et al.*, 2017; Ribeiro, 2009) e pelo seu impacto muito significativo nas organizações, na economia e na sociedade (Schwab, 2016), tanto em termos de benefícios económicos e operacionais como de crescimento da complexidade dos sistemas de produção, económicos e sociais (Portugal, 2015).

De acordo com Passeira (2011, p. 21), a rentabilização do tempo é uma das principais vantagens da *Web 3.0*, que, por ter uma vertente semântica,

³³ Em Portugal estão contabilizados cerca de 4,7 milhões de utilizadores, o que posiciona o país em 34.º lugar na lista de países com acesso ao *Facebook*, liderada pelos EUA, Brasil e Índia (Facestore, 2017).

onde a socialização e a utilização de avatares e ambientes virtuais tridimensionais são primordiais, permite à rede organizar e fazer um uso ainda mais inteligente do conhecimento já disponibilizado, possibilitando a criação de motores de busca com inteligência na recuperação de informação, que permitam, através de um método dedutivo, compreender aquilo que o utilizador deseja, entregando o resultado pretendido ao mesmo num menor período, com ganhos de eficiência e eficácia (Lee *et al.*, 2017, pp. 20–23).

2.2. As redes sociais em linha

“O que mudou não foi a [caraterística] social da Internet, foi o facto de essa [caraterística] ter chegado à Web através de programas como o MySpace, o Facebook, o Hi5, o Friendster [ou] o Second Life.”

(Cardoso *et al.*, 2009a, p. 46)

Segundo Boyd e Ellison (2007) e Hendriks *et al.* (2010, p. 52), no mesmo sentido do que temos vindo a referir, as redes sociais em linha caracterizam-se por serem *websites* que permitem aos seus utilizadores, através da criação de um perfil de si próprios numa comunidade virtual, conetarem-se, construírem e manterem relações no ciberespaço, de forma intencional e seletiva, numa rede de relacionamentos sociais com outros utilizadores pertencentes à sua rede pessoal ou a outras redes pessoais e de interesses comuns.

Estas comunidades virtuais de sociabilidade, com grande popularidade entre os utilizadores da *Internet* (Boyd e Ellison, 2007), a que se adere por convite e/ou subscrição, proliferaram nos últimos anos, criando um sentimento de pertença e contribuindo, decisivamente, para o estabelecimento, manutenção e desenvolvimento de relações entre as pessoas no ciberespaço (Marques, 2011, pp. 7–8), num ambiente onde, conforme referem Cardoso *et al.* (2009a, p. 149), se juntaram vários tipos de serviços, através dos quais se tornou possível consultar, disponibilizar, partilhar, editar e comprar conteúdos, como fotografias, textos, músicas, serviços de correio eletrónico, jogos, vídeos ou informações, entre outros.

Na perspetiva de Kirkpatrick (2011, p. 19), enquanto nova forma essencial de comunicação, assente nas potencialidades oferecidas pelas atuais tecnologias de informação e de comunicação, as redes sociais conduziram a um conjunto de importantes transformações a nível interpessoal e social, em que as pessoas, muitas vezes inesperadamente, através da partilha de experiências, interesses, problemas ou causas comuns, são postas em contato umas com as outras, numa rede em que a informação assume um carácter viral, sendo facilmente difundida e partilhada em tempo real.

Em termos de classificação e estrutura, as redes sociais admitem várias tipologias. Assim, dependendo da sua especialização, conteúdos, alcance e orientação, podem ser classificadas como generalistas, temáticas, profissionais, globais, locais ou especializadas, podendo também ser agrupadas em (Campos, 2010): redes de estabelecimento de contatos e exposição de indivíduos, com vista a aumentar ou ampliar relações; redes de partilha de conteúdos, como fotos, vídeos e informação; redes de comunicação imediata, para envio e

receção de mensagens, telefonemas e conexões; e redes de informação e entretenimento em geral.

Atualmente, entre as redes sociais mais populares a nível mundial, destacam-se, pelas suas potencialidades comunicacionais (Amaral, 2016, p. 182) e pelo número de perfis ativos que detêm, as seguintes:

- O *Twitter*, com 313 milhões de perfis ativos (Socialbakers, 2017);
- O *LinkedIn*, com 467 milhões de perfis ativos (Statista, 2016);
- O *Instagram*, com 700 milhões de perfis ativos (Statista, 2017);
- O *YouTube*, com 1000 milhões de perfis ativos (Socialbakers, 2017a);
- O *Facebook*, com 1790 milhões de perfis ativos (Socialbakers, 2017b).

O *Twitter* é uma das redes sociais mais populares a nível mundial, à qual se pode aderir, gratuitamente, através de uma pequena e rápida inscrição (Moura, 2010, pp. 37–38).

Esta plataforma de sociabilidade, criada e lançada nos EUA em 2006 por Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams, como um projeto para a empresa *Odeo*, enquadra-se no que é popularmente denominado como um serviço de “*microblogging*”, permitindo publicar, em tempo real, pequenos textos com um limite máximo de 140 caracteres³⁴ (Recuero, 2009, p. 174), mais conhecidos como “*tweets*” (Moura, 2010, p. 38), que podem conter imagens, hiperligações, vídeos, ficheiros em formato *Graphics Interchange Format*³⁵ (GIF) e sondagens (Marques, 2017, p. 332).

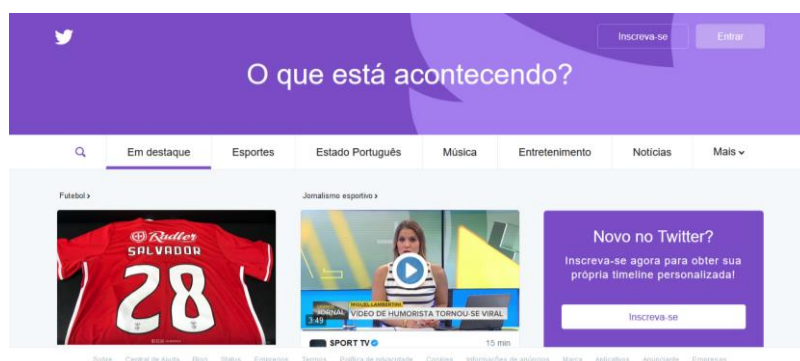


Figura 2 – Página inicial do Twitter (Twitter, 2017).

Em termos de estrutura, o *Twitter* está organizado em utilizador, seguidores e perfis a seguir, podendo cada utilizador, por um lado, escolher quem deseja seguir e, por outro, ser seguido por outros utilizadores (Recuero, 2009, p. 174).

³⁴ Com o objetivo de exponenciar a capacidade de comunicação dos seus utilizadores, o *Twitter* está, neste momento, a testar o aumento para 280 caracteres do limite máximo das publicações de texto (Newton, 2017).

³⁵ Formato de ficheiro criado, em 1987, por Steve Wilhite da empresa *CompuServe*, muito utilizado na WWW para imagens fixas e animações, que permite armazenar e transferir imagens gráficas comprimidas contendo de duas até duzentas e cinquenta e seis cores (Fernandes *et al.*, 2005, p. 36; Miltner e Highfield, 2017).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação



Figura 3 – Página institucional da PSP no Twitter (Twitter, 2017a).

No que concerne ao seu funcionamento, esta plataforma de sociabilidade permite aos utilizadores, através do *website*, por SMS e/ou outros *softwares* específicos (Marques, 2011, p. 15), enviarem e receberem as mensagens públicas divulgadas e partilhadas na sua rede, trocarem mensagens privadas entre si e enviarem, a partir da utilização da “@” antes do nome do destinatário, mensagens direcionadas a outros utilizadores específicos (Recuero, 2009, p. 174).

Para além destas funcionalidades, o *Twitter* possibilita ainda aos utilizadores a interação com os conteúdos partilhados na sua rede de contatos, nomeadamente através da possibilidade de selecionar um ícone, com a forma de coração, para “*curtir*” qualquer publicação, de responder à mesma e/ou de partilhá-la publicamente com os seus seguidores, neste caso, através opção “*retweet*” (Marques, 2017, p. 334).

Outra funcionalidade em destaque no *Twitter* é a utilização do “*hashtag*” (#), que, entretanto, se disseminou por outras plataformas de sociabilidade em linha e se destaca pelo seu potencial estratégico para a partilha de conteúdos e promoção das marcas pessoais e/ou organizacionais na rede social, permitindo não só aumentar a exposição dos conteúdos partilhados pelos utilizadores, mas também descobrir as principais tendências do momento (Marques, 2017, p. 350), de forma a ir ao encontro das expectativas dos respetivos públicos-alvo.

Pelo seu carácter comunicacional mais direto, materializado através de mensagens com um limite máximo de 140 caracteres (Hendriks *et al.*, 2010, p. 29), o *Twitter* acaba por ser uma plataforma de sociabilidade utilizada maioritariamente por jornalistas, políticos e organizações públicas e privadas, que, através de pequenos textos apelativos, normalmente com hiperligações para outras páginas na WWW, pretendem chegar mais facilmente ao seu público-alvo (Marques, 2011, p. 16), neste caso, cidadãos/clientes, encaminhando-o para os conteúdos e informação que pretendem divulgar e/ou debater no espaço público.

À semelhança da plataforma anterior, o *LinkedIn* também é uma das redes sociais mais populares a nível mundial, à qual se pode aderir, gratuitamente, através da criação de um perfil (Marques, 2011, p. 16). Contudo, no caso da adesão gratuita, o perfil criado tem limitações a nível dos recursos disponibilizados por esta plataforma de sociabilidade, razão pela qual a mesma oferece a possibilidade de criação de um perfil pago com serviços

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Premium, que permitem ao utilizador um melhor aproveitamento dos recursos disponibilizados (LinkedIn, 2017; Marques, 2017, p. 500).

Esta plataforma de sociabilidade, criada em 2002 e lançada em 2003, nos EUA, por Reid Hoffman, Allen Blue, Jean-Luc Vaillant, Eric Ly e Konstantin Guericke, atualmente propriedade da *Microsoft* (Marques, 2017, p. 503), destaca-se por ser uma rede social eminentemente profissional, onde cada utilizador, com vista a potenciar a partilha de informações e experiências a nível das suas atividades profissionais, assim como a promover-se a si próprio e a conseguir uma eventual oferta de emprego melhor, cria um perfil com o seu *Curriculum Vitae* (Marques, 2011, pp. 16–17).

No entanto, o *LinkedIn* não está limitado apenas aos profissionais que ali criam um perfil de utilizador. Também as organizações, independentemente do seu carácter público ou privado, marcam presença nesta plataforma de sociabilidade em linha com vista a promover a sua área de negócio, os seus produtos e colaboradores, a estabelecer uma boa rede de contatos, a encontrar e desenvolver parcerias com outras organizações e a descobrir e recrutar colaboradores que se destaquem pelas suas qualificações e experiência profissionais (Marques, 2017, p. 481).

Em termos de conteúdos, esta rede social permite a publicação, em tempo real, de textos, imagens, hiperligações e vídeos, entre outros (Marques, 2017, p. 480), não estando limitado a um número máximo de caracteres, como acontece, por exemplo, com o *Twitter*.



Figura 4 – Página inicial do LinkedIn (LinkedIn, 2017a).

O *LinkedIn* está organizado em utilizador e contatos com os quais aquele estabelece relações, de forma intencional e seletiva, numa rede de relacionamentos sociais ou profissionais com outros utilizadores da sua rede pessoal ou profissional no mundo real (*offline*) ou de outras redes pessoais ou profissionais constituídas e desenvolvidas no ciberespaço (*online*), designadamente através da partilha de informações e experiências nesta plataforma (Papacharissi, 2009).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação



Figura 5 – Perfil de utilizador no LinkedIn de Nuno Cunha dos Santos (LinkedIn, 2017b).

A nível do funcionamento, importa referir que o *LinkedIn* permite aos seus utilizadores, através do *website*, por aplicação *mobile* e outros *softwares* específicos, enviarem e receberem os conteúdos públicos partilhados na sua rede, assim como trocarem mensagens privadas entre si (Marques, 2017, pp. 480 e 498).

Para além destas funcionalidades, o *LinkedIn*, à semelhança de outras redes sociais, também possibilita aos utilizadores a interação com os conteúdos partilhados na sua rede de contatos, nomeadamente através (Marques, 2017, p. 480):

- Da possibilidade de selecionar um ícone, com a forma de mão fechada e o dedo polegar erguido, com a menção de “*gostei*”, para manifestarem o seu agrado com determinada publicação;
- Do comentário a determinada publicação, numa lógica de interação com o utilizador que partilhou determinado conteúdo;
- Da partilha pública de determinada publicação com a sua rede de contatos ou por mensagem privada para um ou mais utilizadores da mesma.

Outra plataforma de sociabilidade em linha que importa destacar é o *Instagram*, que, à semelhança das redes sociais que acabámos de referir, apresenta uma grande popularidade a nível mundial, destacando-se pelos seus 700 milhões de perfis ativos (Statista, 2017).

Adquirido pelo *Facebook* em 2012 (Marques, 2017, p. 411), o *Instagram* foi criado e lançado nos EUA em 2010 por Kevin Systrom e por Mike Krieger (Contribuidores da Wikipédia, 2017; Instagram, 2017), tendo-se tornado numa das plataformas de sociabilidade com maior crescimento e sucesso nos últimos anos (Marques, 2017, p. 411).

Esta rede social destaca-se por permitir publicar e partilhar, em tempo real, fotografias e vídeos, com ou sem som, cuja duração máxima é de 60 segundos (Marques, 2017, p. 411). Para além destas funcionalidades, permite ainda editar os conteúdos partilhados, através da utilização de filtros para o efeito.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

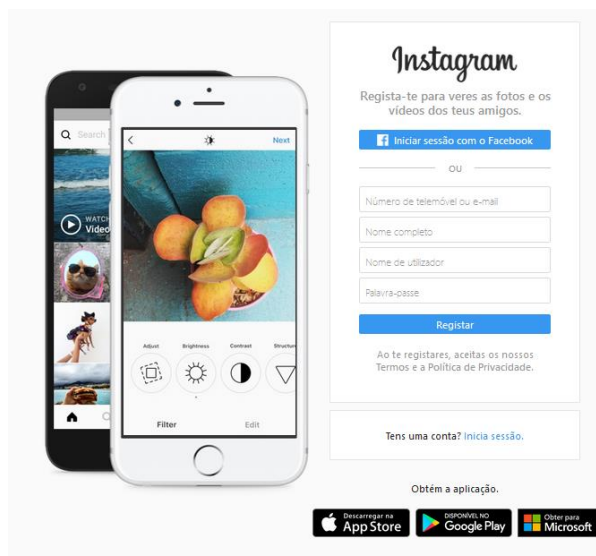


Figura 6 – Página inicial do Instagram (Instagram, 2017a).

Ao *Instagram* adere-se, gratuitamente, por subscrição, através do perfil de utilizador na rede social *Facebook* ou, em alternativa, de uma pequena e rápida inscrição, onde se fornece o número de telemóvel ou o *e-mail* pessoal, o nome completo, o nome de utilizador pretendido e a palavra-passe a utilizar para aceder à plataforma (Marques, 2017, pp. 413–414).

Em termos de estrutura, à semelhança do que acontece com o *Twitter*, esta plataforma de sociabilidade está organizada em utilizador, seguidores e perfis a seguir, podendo cada utilizador, por um lado, escolher quem deseja seguir e, por outro, ser seguido por outros utilizadores (Marques, 2017, pp. 411–412).

No que concerne ao seu funcionamento, o *Instagram* permite aos utilizadores, através de aplicações específicas instaladas em dispositivos de informação e de comunicação móveis³⁶, com sistema operativo *Android* ou *iOS* (e.g. *Smartphones*, *Tablets* e *iPADs*), partilharem, a partir da câmara/galeria do próprio dispositivo ou dos conteúdos divulgados na sua rede de contatos, imagens ou vídeos na rede social apreço, bem como, se assim o desejarem, noutras plataformas de sociabilidade onde os utilizadores tenham perfil, como o *Facebook*, o *Tumblr*, o *Flickr* ou o *Twitter* (Marques, 2017, pp. 421–422).

³⁶ Segundo Castells *et al.* (2009, p. 317-334), estes dispositivos, desenhados inicialmente como aparelhos de comunicação profissional direcionados para um mercado de elite, nos primeiros anos do século XXI converteram-se em produtos de consumo de massas, incorporados nas práticas de comunicação de milhões de pessoas à escala global, tendo evoluído da sua posição de substituto do telefone fixo, na vertente de comunicação de voz, para um sistema de comunicação multimodal, multimédia e portátil, que, fruto das contantes inovações tecnológicas introduzidas pela sua utilização em larga escala, transformou profundamente os processos de comunicação no âmbito da atual Sociedade em Rede/da Informação.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação



Figura 7 – Página institucional da GNR no Instagram (Instagram, 2017b).

Para além destas funcionalidades, o *Instagram* possibilita ainda aos utilizadores a troca de mensagens em modo privado entre si, a interação com os conteúdos divulgados e partilhados na sua rede de contatos, nomeadamente através da possibilidade de selecionar um ícone, com a forma de coração, para “*gostar*” de qualquer publicação, de comentar mesma ou de partilhá-la com a sua rede de contatos, neste caso, através da opção “*enviar para*” (Marques, 2017, pp. 411–413 e 428).

Outra funcionalidade em destaque no *Instagram* é a utilização do “*hashtag*” (#), que, à semelhança do que referimos no caso do *Twitter*, se destaca pelo seu potencial estratégico para a partilha de conteúdos e promoção das marcas pessoais e organizacionais na rede social, permitindo não só aumentar a exposição dos conteúdos partilhados pelos utilizadores, mas também descobrir as principais tendências do momento (Marques, 2017, pp. 350 e 424-425), de forma a ir ao encontro das expectativas dos respetivos públicos-alvo.

Pelo seu carácter comunicacional assente no poder da imagem, apelando à exposição individual dos utilizadores (Fidalgo *et al.*, 2014, p. 108), através da partilha de fotografias e vídeos, com ou sem filtros, o *Instagram* acaba por ser uma plataforma de sociabilidade mais direcionada para um público jovem (Marques, 2017, p. 410), que procura partilhar, nesta rede social, os momentos do seu dia-a-dia com os amigos.

Lançado em 2005 por Jawed Karim, Steven Chen e Chad Hurley (Castells, 2009, p. 103) e comprado pelo *Google* em 2006 (Lourenço, 2011, p. 33), o *YouTube* é uma das redes sociais com maior crescimento e sucesso a nível mundial (Marques, 2017, p. 253), contando, atualmente, com 1000 milhões de perfis ativos (Socialbakers, 2017a), numa plataforma, disponível em 88 países e em 76 idiomas, para onde são enviadas, diariamente, centenas de horas de vídeos, que são vistos e partilhados por milhões de pessoas³⁷ (Marques, 2017, pp. 252–253).

³⁷ De acordo com Lourenço (2011, p. 33), em 2010 o *YouTube* já ultrapassava os 2 mil milhões de visualizações diárias, número que, segundo Marques (2017, p.253), tem aumentado a um

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

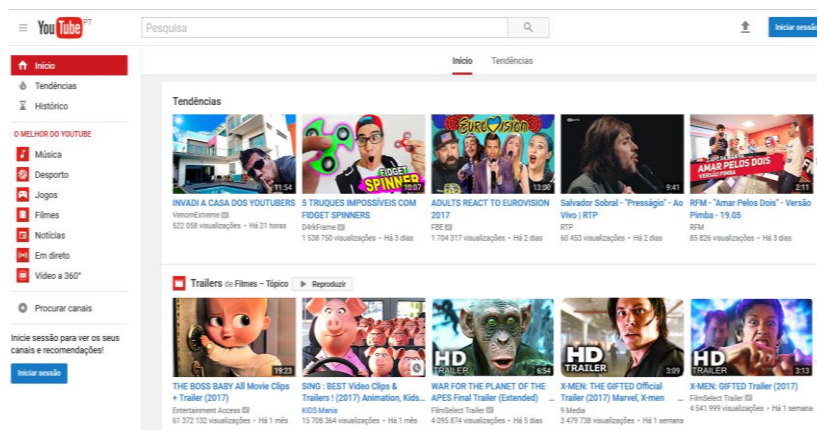


Figura 8 – Página inicial do Youtube (YouTube, 2017).

Esta plataforma de sociabilidade, que alterou profundamente a forma como os eventos e o dia-a-dia são percecionados, entrou, nos últimos anos, no léxico das sociedades contemporâneas como o lugar no ciberespaço, ou, na aceção de Augé (2012, p. 70), o “*não-lugar*”, onde milhões de pessoas procuram vídeos de determinados acontecimentos que, num espaço público cada vez mais mediatizado, estejam a marcar a atualidade (Lourenço, 2011, p. 33).

Ao *YouTube* adere-se, gratuitamente, por subscrição, através da criação de um perfil de utilizador no *Google*, que, por sua vez, lhe dará acesso à rede social em apreço, assim como a todas as restantes plataformas integradas no serviço do *Google* (e.g. *Gmail*, *Google Plus* e *Blogger*, entre outras).

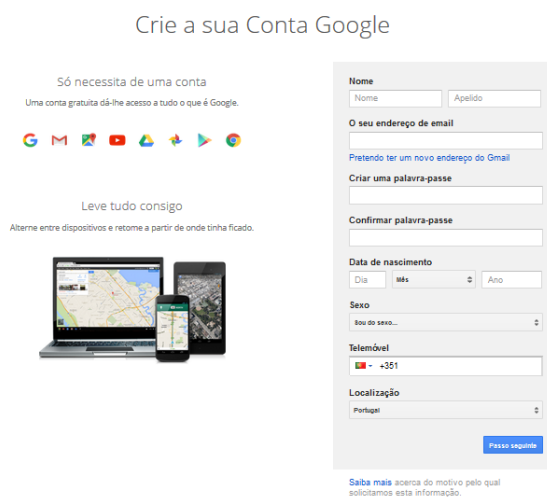


Figura 9 – Diretório de criação de perfil de utilizador no Google (Google, 2017).

No que concerne às suas características e funcionalidades, o *YouTube*, seguindo à letra o seu lema/conceito de “*broadcast yourself*”³⁸, destaca-se pela

ritmo anual de 50%, fazendo com que esta plataforma seja atualmente o maior canal de vídeo do mundo.

³⁸ Expressão de origem inglesa que em português se pode traduzir à letra como “*difunda-se a si mesmo*”.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

possibilidade que oferece a qualquer pessoa, que possua um dispositivo de informação e de comunicação com uma câmara (*e.g.* telemóvel, computador, *Smartphone*, *Tablet* ou *iPAD*), de filmar algo e colocá-lo em formato de vídeo na plataforma, através da funcionalidade de “*upload*”³⁹, para que possa ser visualizado por outras pessoas em todo o mundo, em tempo real ou diferido e, em regra, gratuitamente (Lourenço, 2011, pp. 32–33).

Em termos de estrutura, esta plataforma de sociabilidade permite ao utilizador criar o seu próprio canal de partilha e difusão de vídeos, podendo seguir outros canais no *YouTube*, assim como ter o seu canal a ser seguido por outros utilizadores (Marques, 2017, pp. 254, 280 e 291).



Figura 10 – Página institucional da PSP no YouTube (YouTube, 2017a).

No que concerne ao seu funcionamento, importa ainda referir que o *YouTube* permite aos utilizadores (Marques, 2017, pp. 280 e 305):

- A troca de mensagens em modo privado entre si;
- A interação com os conteúdos divulgados e partilhados na plataforma, nomeadamente através da possibilidade de comentar determinada publicação ou de selecionar um ícone, com a forma de mão fechada e o dedo polegar erguido para cima ou para baixo, consoante se deseje indicar que se “*gosta*” ou “*não gosta*” da mesma;
- Partilhar as publicações difundidas na plataforma com a sua rede de contatos no *YouTube* e/ou noutras redes sociais.

2.2.1. O caso do Facebook

“No Facebook, cada um pode ser editor, criador de conteúdos, produtor e distribuidor. Todas as funções dos meios de comunicação social estão a ser executadas por toda a gente. O efeito Facebook pode gerar a súbita convergência de interesses por uma notícia, uma canção ou um vídeo no YouTube.”

(Kirkpatrick, 2011, p. 21)

³⁹ Palavra de origem inglesa utilizada para designar o ato de enviar programas ou dados de um computador para outro que lhe está conetado através da WWW (Fernandes *et al.*, 2005, p. 13).

De acordo com Cardoso e Lamy (2011), o *Facebook*, que atualmente conta com 1790 milhões de perfis ativos (Socialbakers, 2017b), é a rede social na *Internet* que reúne o maior número de adeptos a nível mundial, provocando uma devoção tão grande entre os seus utilizadores que, em alguns casos, chega a causar a emergência de comportamentos patológicos.⁴⁰



Figura 11 – Página inicial do Facebook (Facebook, 2017).

Esta plataforma de sociabilidade, criada e lançada nos EUA em 2004 por Mark Zuckerberg e Eduardo Saverin (Moura, 2010, p. 36), com a designação de "*thefacebook*" (Lourenço, 2011, p. 32), estava inicialmente restrita aos estudantes da Universidade de Harvard, tendo como principal objetivo permitir que aqueles, sobretudo os que terminavam o ensino secundário e ingressavam na altura no ensino superior, criassem uma rede de contatos que lhes permitisse uma melhor integração no meio académico (Recuero, 2009, p. 172). Posteriormente, esta plataforma de sociabilidade acabou por deixar cair o prefixo "*the*", passando a designar-se como *Facebook*, e expandiu-se também para outras instituições de ensino superior nos EUA, acabando por, a partir de 2006, alargar definitivamente o seu escopo, ficando disponível, através de subscrição e/ou convite, para qualquer utilizador na WWW (Boyd e Ellison, 2007).

No que respeita às suas características, importa referir que o *Facebook* é um *website* de relacionamento social (Marques, 2011, pp. 12–13), que gera elevadas receitas através da publicidade (Cardoso e Lamy, 2011), caracterizando-se por oferecer aos seus utilizadores, através da criação de um perfil de si próprios, a possibilidade de se conetarem, construírem e manterem relações, de forma intencional e seletiva, com outros utilizadores pertencentes à sua rede pessoal ou a outras redes pessoais e de interesses comuns no *Facebook* (Kirkpatrick, 2011, p. 19).

À semelhança de outras redes sociais, ao *Facebook* adere-se, gratuitamente, através da criação de um perfil, onde são fornecidos os dados e interesses pessoais do utilizador, podendo também ser adicionadas fotografias (Marques, 2011, p. 12).

⁴⁰ LUSA - 380 mil jovens portugueses são viciados no Facebook. **Sábado**. [Em linha] (14 jul. 2016). [Consult. 22 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.sabado.pt/ciencia---saude/vida-saudavel/detalhe/380-mil-jovens-portugueses-sao-viciados-no-facebook>.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

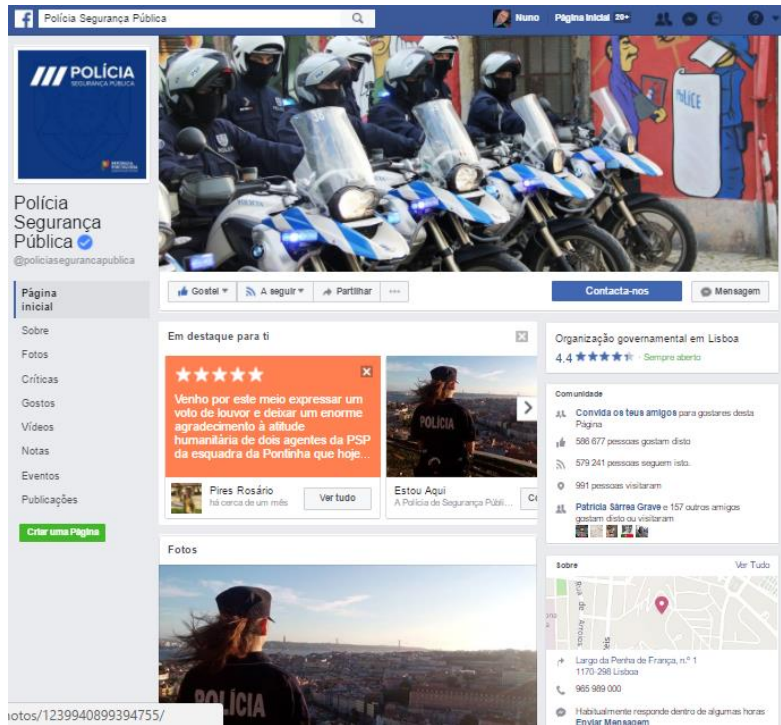


Figura 12 – Página institucional da PSP no Facebook (Facebook, 2017a).

Relativamente ao funcionamento do *Facebook*, importa referir que se organiza através de perfis/páginas pessoais e/ou institucionais (Marques, 2017, pp. 172–173), neste último caso enquanto organização ou figura pública, e comunidades/grupos, permitindo a partilha de conteúdos nos mais diferentes formatos digitais (*e.g.* texto, imagem, vídeo, GIF e hiperligações, entre outros) (Marques, 2017, p. 170). Para além destas funcionalidades, o *Facebook* permite ainda aos utilizadores:

- A troca de mensagens em modo privado entre si;
- A interação com os conteúdos divulgados e partilhados na plataforma, nomeadamente através da possibilidade de selecionar um ícone para reagir, mais ou menos positivamente, perante determinada publicação e/ou de comentar a mesma;
- Partilhar as publicações difundidas na plataforma com a sua rede de contatos, sem, contudo, permitir a partilha direta noutras redes sociais, como acontece no caso do *Instagram* e do *YouTube*.

Outra funcionalidade em destaque no *Facebook* é a utilização do “*hashtag*” (#), que, à semelhança das plataformas de sociabilidade anteriormente referidas, se destaca pelo seu potencial estratégico para a partilha de conteúdos e promoção das marcas pessoais e/ou organizacionais na rede social, permitindo não só aumentar a exposição dos conteúdos partilhados pelos utilizadores, mas também descobrir as principais tendências do momento (Marques, 2017, p. 210), de forma a ir ao encontro das expectativas dos respetivos públicos-alvo.

Pelo seu carácter comunicacional abrangente (Marques, 2017, p. 170), o *Facebook* acaba por ser uma plataforma de sociabilidade utilizada por um público generalista, incluindo utilizadores de diferentes faixas etárias (Salvador,

2017) e perfis socioprofissionais, como jornalistas e políticos, entre outros, assim como organizações públicas e privadas, que, através das suas publicações nesta rede social, pretendem chegar mais facilmente ao seu público-alvo, encaminhando-o para os conteúdos e informação que pretendem divulgar e/ou debater num espaço público crescentemente mediatizado, onde as fronteiras entre o "público" e o "privado", o "local" e o "global", o "espaço" e o "tempo" se diluem cada vez mais (Amaral, 2016, pp. 24 e 40).

Por fim, importa ainda referir que, fruto das suas possibilidades de conversação em tempo real, designadamente através de um aplicativo de mensagens instantâneas e da partilha de ficheiros personalizados de imagens, música e vídeo, entre outros, a partir de diferentes dispositivos (*e.g.* telemóvel, computador, *Smartphone*, *Tablet* ou *iPAD*), o *Facebook* apresenta-se como um dos melhores exemplos do *software* social da *Web 2.0.*, na medida em que permite aos utilizadores, através de ferramentas simples, intuitivas e gratuitas, produzir conteúdos, bem como interagir e participar, de forma flexível e em tempo real, no conjunto dos processos de comunicação (Hendriks *et al.*, 2010, pp. 23–24), enquanto editores, criadores, produtores e/ou distribuidores de conteúdos (Kirkpatrick, 2011, p. 21).

2.3. Anatomia das redes sociais em linha: potencialidades e vulnerabilidades

"(...) [Ao partilharem] informações tais como nome, data de nascimento e uma lista de rede de amigos, os utilizadores estão a revelar muito mais do [que] imaginam; com softwares terceiros é possível entrar nos sites das redes sociais e combinar esses dados com dados oriundos de outras fontes, reunindo assim informação suficiente para roubar a identidade de uma pessoa."

(Almeida, 2014, p. 148)

De acordo com Nunes (2015, p. 101), a *Internet* promoveu a eliminação de barreiras geográficas, aproximando as pessoas e as organizações através da possibilidade de interação *online* com base em comunidades virtuais, em que os seus membros estão conetados em rede entre si. Contudo, estas comunidades virtuais apresentam um conjunto de potencialidades e de vulnerabilidades estratégicas que devem ser tidas em conta aquando da sua utilização.

Assim, no que respeita às suas potencialidades, começamos por destacar o potencial destas plataformas de sociabilidade para a criação de diferentes tipos de capital social que, de acordo com Recuero (2009, p. 107), não são tão acessíveis aos atores sociais no mundo real, como acontece, por exemplo, com o número de conexões feitas *online* pelos seus utilizadores, que, muitas vezes, andam na ordem das centenas e/ou dos milhares nas diferentes plataformas, superando, tanto em termos de número como de velocidade com que são estabelecidas, a realidade no espaço *offline*.

Outro aspeto a destacar positivamente é a interatividade que caracteriza estas plataformas, contribuindo não só para reduzir as distâncias e facilitar a gestão das relações com amigos e/ou conhecidos no mundo real (*offline*) e no ciberespaço (*online*), como também para potenciar a comunicação, de forma

flexível e em tempo real, e a obtenção de informação e conhecimento no âmbito da atual Sociedade em Rede/da Informação (Passeira, 2011, p. 23).

A visibilidade⁴¹ que estas plataformas de sociabilidade proporcionam aos diferentes atores, sejam eles indivíduos ou organizações, é outra das principais potencialidades oferecidas, tendo como finalidade o aumento da sua popularidade⁴² e reputação⁴³ entre os utilizadores das diferentes redes sociais, assim como do número dos seus seguidores nas mesmas (Recuero, 2009, pp. 108–113).

Neste capítulo, embora já o tenhamos feito anteriormente, importa também fazer referência às potencialidades oferecidas pelas redes sociais aos seus utilizadores na concretização da designada profecia da *Web 2.0*, permitindo-lhes, através de ferramentas simples, intuitivas e gratuitas, produzir conteúdos, interagir e participar, de forma flexível e em tempo real, a partir de diferentes dispositivos (*e.g.* telemóvel, computador, *Smartphone*, *Tablet* ou *iPAD*), no conjunto dos processos de comunicação (Hendriks *et al.*, 2010, pp. 23–24), enquanto editores, criadores, produtores e/ou distribuidores de conteúdos (Kirkpatrick, 2011, p. 21).

Apresentadas aquelas que consideramos serem as principais potencialidades oferecidas pelas redes sociais, iremos agora debruçar-nos sobre as vulnerabilidades associadas às mesmas, para as quais devemos olhar, com as devidas adaptações, numa perspetiva "*janiana*"⁴⁴, como a outra face das referidas potencialidades.⁴⁵

Neste sentido, começamos por destacar a questão da exposição dos utilizadores das plataformas de sociabilidade em linha, que, em virtude da visibilidade oferecida pela presença nas mesmas, acabam por ver a sua privacidade invadida, como acontece com a possibilidade de se ficarem a

⁴¹ Segundo Recuero (2009, p. 108), a visibilidade assume-se como um valor importante para os utilizadores, na medida em que proporciona aos nós (indivíduos/organizações) uma maior visibilidade na rede.

⁴² A popularidade é também ela um valor importante e relaciona-se com a audiência, nomeadamente com a forma como esta percebe o valor do ator dentro da sua rede social (Recuero, p. 111).

⁴³ De acordo com Recuero (2009, p. 109), a reputação é um dos valores principais nas redes sociais, sendo construída a partir da relação entre o "*eu*" e o "*outro*" no seio da rede social. Assim, a presença de indivíduos e organizações nas plataformas de sociabilidade em linha assume-se como uma mais-valia, porque, para além de aumentar/reforçar as relações de proximidade entre o "*eu*" e o "*outro*" através de uma rede alargada de contatos no ciberespaço, aumenta exponencialmente as oportunidades de reconhecimento dos utilizadores, que, por estarem presentes nas mesmas, acabam por ganhar vantagem sobre aqueles que não estão (Querido, 2008).

⁴⁴ Este termo deriva da divindade romana Jano ou *Janus*, que, segundo Menard (1991, pp. 43–44), era vista como organizadora e reguladora do mundo e como conhecedora do passado e do futuro, representando a transição e a passagem (é do seu nome que deriva o do mês de janeiro, enquanto transição para um novo ano).

⁴⁵ O paralelismo que aqui fazemos assenta na necessidade de olharmos atentamente para as potencialidades das redes sociais da *Internet*, tendo sempre presente o seu potencial inverso e negativo, que, por sua vez, as transforma também em possíveis vulnerabilidades, sendo essa a razão pela qual aludimos à divindade romana de Jano.

conhecer os utilizadores que fazem parte da sua rede de contatos na plataforma (Passeira, 2011, p. 26) e/ou de verem expostos um conjunto de dados pessoais fornecidos aquando da adesão à rede social (*e.g.* nome, *e-mail*, local de residência, gostos pessoais, idade e sexo) para a construção do seu perfil de utilizador (Campos, 2010).

A facilidade de produção de conteúdos, interação e participação, de forma flexível e em tempo real, a partir de diferentes dispositivos, no conjunto dos processos de comunicação é outra das potenciais vulnerabilidades identificadas nas redes sociais da *Internet*, sobretudo no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, em que as opiniões e os comportamentos espontâneos são difundidos e partilhados de forma viral nas redes sociais, que, cada vez mais, se afirmam também como espaços de protesto fácil e rápido, onde se propagam todos os tipos de mensagens, sem regulação e/ou mediação imediata ou diferida (Almeida, 2014, pp. 162–163), o que, dependendo do sentido positivo ou negativo da mensagem, acaba por influenciar a perceção do público em relação aos indivíduos e/ou organizações visadas (Reis, 2016).

Por fim, em linha com o que acabámos de referir, destacamos ainda Almeida (2014, pp. 162–163 e 182–183), que, considerando os milhões de utilizadores que em todo o mundo marcam presença nas redes sociais, relacionando-se virtualmente entre si através das mesmas, aponta a falta de regulação na utilização destas plataformas como uma das suas grandes vulnerabilidades.

2.4. A presença institucional das Forças e Serviços de Segurança na *Internet*

"A necessidade de comunicar pelas organizações tem como [objetivo] responder às necessidades dos seus públicos internos e externos, o que, na prática, significa manter uma organização competitiva."

(Mineiro, 2010)

Segundo Lampreia (1999, p. 19–21), de um modo geral, as relações públicas podem ser definidas como uma técnica de comunicação que visa, através de meios variados⁴⁶, promover e projetar a imagem de uma organização para o exterior, procurando, com base numa comunicação bilateral, objetiva e idónea, garantir as melhores relações com o seu público externo.

Esta técnica de comunicação, fruto dos avanços tecnológicos registados, desde finais do século passado, na área das comunicações e dos sistemas de informação, assim como da democratização e universalização do acesso aos

⁴⁶ Ainda de acordo com este autor, estes meios podem ser classificados como (Lampreia, 1999, pp. 22–23): orais, onde se incluem todos os que permitem captar uma mensagem pelo ouvido (*e.g.* boato, telefone, altifalante, rádio, etc.); visuais ou impressos, que se caracterizam por serem captados pela vista, como os jornais, as revistas, os cartazes e os panfletos, entre outros; audiovisuais (*e.g.* vídeo, cinema, televisão, etc.); eventos ou acontecimentos especiais, tais como manifestações públicas, organizações de festas e outros; e novas tecnologias de informação e de comunicação, que abrangem todas as formas de comunicação na *Internet*, onde se incluem as plataformas de sociabilidade em linha, os fóruns/grupos de discussão *online*, os *Newsgroups* e o correio eletrónico (*e-mail*), entre outros.

recursos computacionais e à informação, ganhou uma nova dimensão na Era da Informação, passando a depender não só dos chamados *media* tradicionais (*e.g.* jornais, revistas, rádio e televisão), mas também de uma variedade de sistemas de multimédia e de comunicação, entre os quais destacamos a *Internet* e as redes de comunicação horizontal, que, através de um conjunto de novas ferramentas e serviços, como as aludidas plataformas de sociabilidade *online*, mais conhecidas como redes sociais, ofereceram aos utilizadores, sejam eles organizações ou indivíduos, a capacidade de interagir e participar de forma flexível no conjunto dos processos de comunicação e de chegarem a um público cada vez maior.

Assim, no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, as organizações públicas, à semelhança do que acontece com as privadas, perante a multiplicidade complexa de exigências com que são confrontadas, num ambiente de inovação e mutação constante, têm procurado, através de uma mudança de paradigma, alterar a sua forma de atuação e adaptar-se à realidade imposta pela Era Digital com vista a encontrar novas formas que permitam promover a sua imagem e conciliar a legitimidade do Estado de direito com abordagens inovadoras de modernização, baseadas no denominado "*modelo de mercado*", dirigidas aos cidadãos, que, conforme referimos anteriormente, tal como acontece nas empresas, são vistos, cada vez mais, como clientes a quem é fornecido um produto/serviço e cuja satisfação se torna essencial assegurar (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 26–29).

Contudo, como também mencionámos em momento anterior, à semelhança do que acontece no setor privado, o maior desafio que se coloca ao sucesso desta mudança de paradigma nas organizações públicas, assim como à sua atividade corrente, já não é apenas conseguir dar resposta às necessidades e exigências do meio envolvente, mas antes antecipar as mesmas, o que implica capacidade de inovação e flexibilidade organizacional (Carapeto e Fonseca, 2014, p. 31).⁴⁷

Neste sentido, as organizações públicas, tendo em vista a promoção da sua imagem, assim como uma maior proximidade ao cidadão e a melhoria da qualidade do serviço por si prestado, têm procurado desenvolver um conjunto de políticas públicas assentes em modelos proximais (Leitão, Alves e Pereira, 2016; Oliveira, 2006, pp. 112–113), que privilegiam uma intervenção baseada na aproximação ao cidadão e na comunicação com o mesmo (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 32–35) no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço (Cardoso *et al.*, 2015, p. 73).

Segundo Oliveira (2006, pp. 112–113), no que respeita aos sistemas policiais, estas reformas têm procurado acompanhar as mudanças sociais, culturais, políticas e económicas das sociedades contemporâneas, designadamente através de medidas que visam transformar o funcionamento

⁴⁷ De acordo com Nunes (2015, pp. 81–94), é neste contexto que se inserem as reformas introduzidas nos últimos anos na Administração Pública portuguesa, que, reflexo de uma maior capacidade de acesso e exploração dos recursos tecnológicos, se tem traduzido numa melhoria das competências nas áreas das tecnologias de informação e de comunicação, com o objetivo de simplificar os processos de interação dos cidadãos e das empresas com o Estado.

das organizações, os seus mecanismos organizativos e a sua relação com o exterior, com vista a uma maior aproximação e interação com os cidadãos e as comunidades, como acontece com a implementação de modelos assentes na filosofia de policiamento comunitário e de proximidade, que, enquanto estratégia organizacional, pretendem reforçar a comunicação e a parceria entre as pessoas e as FSS, com o fim de garantir o valor/bem “segurança”⁴⁸ no contexto de um Estado, que se quer, de direito e democrático (Valente, 2012).

Assim, conforme referimos anteriormente, as políticas em apreço têm resultado, por um lado, no aumento da capacidade de interação dos cidadãos com as instituições públicas (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 32–35) e, por outro, numa reconfiguração do espaço público, que, na Era da Informação, passou a depender largamente do sistema de comunicação global/local dos *media* (Castells, 2008).

Deste modo, como consequência desta trajetória de modernização e de digitalização do setor público, orientada por princípios de economia, eficiência e eficácia, assiste-se a um investimento das organizações públicas na oferta e disponibilização de serviços públicos através da *Internet*⁴⁹ em áreas fundamentais para o bem-estar social, como a saúde, os impostos e a segurança, entre outras, com a finalidade de corresponder, através de abordagens menos burocratizadas, hierarquizadas e procedimentalizadas, assentes num conceito de governação integrada (Louro *et al.*, 2015, pp. 9–10), às necessidades e expectativas dos cidadãos e das empresas, que, cada vez mais, utilizam o ciberespaço nas suas atividades diárias (OECD, 2013, p. 46).

Neste sentido, considerando, por um lado, o potencial estratégico e o impacto das novas tecnologias de informação e de comunicação em todos os quadrantes de atividade da sociedade atual, que, nos últimos anos, obrigou as organizações públicas a desenvolverem e implementarem um conjunto de políticas viradas para uma maior proximidade aos cidadãos no mundo real e no ciberespaço, e, por outro, o papel central que as FSS desempenham na produção do valor/bem “segurança” nas sociedades contemporâneas, passamos de seguida a analisar os casos concretos, a nível europeu/internacional e nacional, da presença institucional na *Internet* da *London Metropolitan Police*

⁴⁸ Em Portugal o artigo 27.º da Constituição da República Portuguesa (CRP) (Assembleia Constituinte, 1976) consagra a segurança, a par da liberdade, como direito fundamental cuja garantia deverá ser assegurada pelo Estado, através da polícia, enquanto força de segurança, conforme previsto no artigo 272.º da referida CRP. No que respeita ao conceito de “segurança interna”, encontra-se definido no artigo 1.º, n.º 1, da LSI (Assembleia da República, 2008b) como a atividade desenvolvida pelo Estado com vista a: garantir a ordem, a segurança e a tranquilidade públicas; proteger pessoas e bens; prevenir e reprimir a criminalidade; contribuir para assegurar o normal funcionamento das instituições democráticas, o regular exercício dos direitos, liberdades e garantias fundamentais dos cidadãos, e o respeito pela legalidade democrática.

⁴⁹ No caso das FSS em Portugal, veja-se, a título de exemplo, a PSP, a GNR, a PJ e o SEF, que marcam presença na WWW através de páginas eletrónicas institucionais e em uma ou mais redes sociais, como o *Facebook*, o *Twitter*, o *Instagram*, o *YouTube* e o *LinkedIn*.

(Reino Unido), da *Police Nationale* (França), da PSP, da GNR, da PJ, do SEF e da ASAE⁵⁰.

2.4.1. Os casos da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale*

“La sécurité intérieure en France est donc assurée pour l’essentiel par deux grand forces: la police Nationale, qui est une police à statut civil placée sous la tutelle du ministère de l’Intérieur, et la gendarmerie (...). Le appareil policier britannique se caractérise par sa décentralisation (...). La Metropolitan [Police] of London ou «New Scotland Yard» est la plus ancienne (...) et plus puissante (...) des polices britanniques. (...) Elle couvre toute le grand Londres, sauf la cité de Londres, qui dispose d’une police spéciale (...).”

(Mezonnier, 1994, pp. 131, 310 e 315)

Apesar de ser no Reino Unido que, no século XIX, encontramos os primórdios da polícia enquanto instituição, definida como uma organização pública, especializada e profissional (Carvalho, 2015, p. 16), em virtude da particularidade estrutural do Estado britânico, produzida a partir da sua história, não existe naquele país uma polícia nacional (Gleizal, Gatti-Domenach e Journès, 1993, p. 224), com organização única para todo o território, como acontece, por exemplo, em França e Portugal (Mezonnier, 1994, pp. 120 e 282).

Neste sentido, conforme refere Carvalho (2015, p. 16), não obstante a ideia muitas vezes veiculada pelos *media* britânicos de uma suposta unicidade organizacional da polícia, assente na *Scotland Yard*⁵¹ enquanto força policial centralizada requisitada sempre que os serviços locais de polícia falham, o policiamento no Reino Unido não se desenvolveu num corpo único de polícia, mas antes com base numa ideia de descentralização e regionalidade, em que o policiamento é visto como uma responsabilidade local (Castro, 2003, pp. 105–108).

Assim, o aparelho policial britânico caracteriza-se pela sua descentralização (Mezonnier, 1994, p. 310), materializando-se, como acontece no caso dos territórios de Inglaterra e do País de Gales, num conjunto 45 forças

⁵⁰ De acordo com o artigo 25.º da LSI (Assembleia da República, 2008b), a GNR, a PSP, a PJ e o SEF fazem parte do conjunto de FSS com competência para o exercício de funções de segurança interna. No que respeita à ASAE, apesar de não constar do elenco de FSS previstos naquele artigo, importa registar que, tal como refere Valente (2014, pp. 65–66), enquanto serviço central na dependência direta do Estado, se enquadra no conjunto de órgãos e agentes pertencentes a serviços administrativos cuja função essencial consiste no desempenho de tarefas materiais de polícia administrativa ou judiciária, incluindo-se, por isso, no sentido orgânico de polícia, designadamente enquanto órgão de fiscalização e de controlo do mercado, e, numa perspetiva horizontal, de toda a atividade económica, desenvolvendo a sua atuação nas áreas da saúde pública e segurança alimentar, da propriedade industrial e práticas comerciais, e do ambiente e segurança (ASAE, 2017).

⁵¹ Designação pela qual também é conhecida a *London Metropolitan Police*, em virtude da sua antiga localização no n.º 4 da *Whitehall Palace*, numa área londrina conhecida como *Great Scotland Yard*, aquando da sua criação em 1829 por *Sir Robert Peel* (Carvalho, 2015, p. 16).

policiais, dirigidas por um *Chief Constable*⁵², com uma estrutura de comando assente num controlo tripartido pelo Governo central, através do *Home Office*⁵³, pelo *Police and Crime Commissioner*⁵⁴ e pelo *Chief Constable* (Carvalho, 2015, p. 17).

A *London Metropolitan Police* é a força policial responsável pelo policiamento de todo o território de Londres, com exceção de uma pequena área conhecida como "*The Square Mile*", onde se situa o centro histórico e financeiro da cidade (Mezonnier, 1994, p. 315). Esta força de segurança é dirigida pelo *Metropolitan Police Commissioner* que, por sua vez, presta contas da atividade desenvolvida pela *London Metropolitan Police* ao *Mayor's Office for Policing and Crime* de Londres, reportando diretamente ao *Mayor* da cidade e ao *Home Secretary* (London Metropolitan Police, 2017).

No que respeita às missões desenvolvidas pela *London Metropolitan Police*, destacam-se, entre outras, o policiamento territorial de Londres, as operações de combate ao crime nas suas diferentes formas e o combate ao terrorismo e a outras ameaças à segurança (London Metropolitan Police, 2017).

Em linha com o que temos vindo a referir, à semelhança de outras organizações públicas, a *London Metropolitan Police*, enquanto força de segurança com responsabilidades acrescidas na produção do aludido valor/bem "*segurança*", tem pautado a sua atuação por uma aposta num modelo de policiamento comunitário no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço.

Assim, no que respeita à presença da *London Metropolitan Police* na WWW importa começar por destacar a sua página institucional (Anexo A), onde, para além da apresentação de uma imagem atrativa e moderna da organização, são oferecidos um conjunto de serviços e informações com vista a aumentar a capacidade de interação dos cidadãos com esta força policial, bem como a dar resposta às necessidades e expectativas dos mesmos,

⁵² Segundo Mezonnier (1994, p. 310) e Carvalho (2015, p. 17), o *Chief Constable* é uma figura independente e responsável à qual compete garantir a eficiência e eficácia das forças policiais numa determinada área territorial (e.g. divisões, subdivisões, *districts* e postos de polícia). Contudo, apesar das suas competências territoriais, encontra-se subordinado ao *Police and Crime Commissioner* e ao *Home Office* (Carvalho, 2015, p. 17; Mezonnier, 1994, p. 311).

⁵³ Conforme refere Carvalho (2015, p. 17), o *Home Office* é um departamento ministerial, onde se integra o cargo de *Home Secretary* (cargo político equivalente ao Ministro da Administração Interna em Portugal). Este departamento é apoiado por 27 agências e organismos públicos, dos quais apenas os pertencentes aos territórios de Inglaterra e País de Gales são considerados *Home Office Forces*, desenvolvendo a sua atividade nas áreas da imigração e passaportes, das políticas de drogas e das políticas de combate ao crime e contraterrorismo, tendo como missão central garantir o estabelecimento de um policiamento visível, sensível e responsável em todo o território do Reino Unido (Carvalho, 2015, p. 17).

⁵⁴ De acordo com Carvalho (2015, p. 17), o *Police and Crime Commissioner* veio substituir, em 2012, as autoridades de polícia local, designadas como *Police Authorities*, que eram responsáveis por fixar a orientação estratégica para cada força, assim como pela nomeação do *Chief Constable*, tendo ficado com funções muito semelhantes às das referidas autoridades policiais substituídas.

nomeadamente em termos proximidade à comunidade e reforço do sentimento de segurança⁵⁵.

Entre o conjunto de serviços disponibilizados na página institucional desta força de segurança no ciberespaço, destacamos as seguintes possibilidades oferecidas (London Metropolitan Police, 2017):

- Reporte/denúncia de crimes, pessoas desaparecidas, comportamentos antissociais, disputas civis, incidentes de tráfego rodoviário, fraude, veículos automóveis perdidos ou furtados, e bens móveis furtados, perdidos ou achados;
- Informação sobre possíveis atividades terroristas, evidências/provas que possam afetar e/ou influenciar o resultado de investigações em curso, filmagens em determinado local ou em movimento que necessitem de presença policial para manter as equipas de filmagem e o público em segurança, e eventos públicos que tenham de ser legalmente comunicados às autoridades com antecedência;
- Candidatura a compensações para vítimas de atividades criminais com lesões físicas ou bens perdidos ou danificados, e a licença de uso e porte de arma;
- Pedidos diversos que vão desde informações sobre o próprio e outros, passando pela utilização de propriedade intelectual da *London Metropolitan Police*, até ao pedido de relatórios de acidentes rodoviários para entregar nas seguradoras.

Outro aspeto a destacar na página institucional da *London Metropolitan Police* é a indicação que apresenta, nomeadamente na sua parte inferior, para que os utilizadores/cidadãos sigam as atividades desta força de segurança em duas das principais redes sociais em linha da atualidade (London Metropolitan Police, 2017): o *Facebook* (Anexo B) e o *Twitter* (Anexo C).

No que respeita aos conteúdos partilhados nestas plataformas de sociabilidade em linha, não obstante serem objeto de uma análise mais aprofundada no terceiro capítulo desta dissertação, são, sobretudo, de carácter informativo, procurando fomentar uma maior aproximação ao cidadão e à comunidade, nomeadamente através da difusão e partilha de conselhos de segurança, de imagens e vídeos da atuação desta força de segurança, e da transmissão de informação atualizada aos cidadãos.

Contudo, de acordo com a informação no separador "*Sobre*" da página da *London Metropolitan Police* no *Facebook*, a presença desta força de segurança nas redes sociais da *Internet* não se restringe apenas às duas

⁵⁵ Ainda que a exposição ao perigo seja residual, cada pessoa possui a sua própria perceção de seguridade, pelo que o "*sentimento de segurança*" é um conceito eminentemente subjetivo, não equivalendo à efetiva existência de segurança, mas antes à perceção subjetiva da sua verificação, sendo essa a razão para que a visibilidade do agente policial, como acontece no caso da via pública no espaço urbano, tenda a funcionar como elemento dissuasor da prática criminal (Clemente, 2015, p. 98).

plataformas supra referidas, estendendo-se também ao *YouTube* (Anexo D) e ao *Flickr*⁵⁶ (Anexo E) (Facebook, 2017b).

Efetuada a apresentação do caso da *London Metropolitan Police* do Reino Unido, passamos seguidamente à análise da presença da *Police Nationale* francesa na WWW.

De acordo com Gleizal, Gatti-Domenach e Journès (1993, p. 178), a organização atual da polícia francesa é o produto de uma multitude de textos e de práticas e não de uma reforma geral levada a cabo para esse efeito. Neste sentido, longe de ser o resultado de um processo de melhoria contínua, a polícia francesa caracteriza-se por uma lenta unificação de elementos heterogêneos, num movimento que reflete um reforço do controlo do Estado sobre os vários componentes da administração da polícia, que culminaram, por um lado, na instituição dos princípios de unidade, centralização e profissionalização das forças de segurança e, por outro, na especialização e diversidade das mesmas (Gleizal, Gatti-Domenach e Journès, 1993, p. 179).

Deste modo, a segurança interna em França é assegurada, essencialmente, por duas grandes forças de segurança (Castro, 2003, p. 131; Meyzonnier, 1994, pp. 131–132): uma de carácter militarizado, colocada sob a tutela do Ministério da Defesa, conhecida como *Gendarmerie*⁵⁷ e outra, com estatuto civil, tutelada pelo Ministério do Interior, designada como *Police Nationale*⁵⁸. Contudo, no desenvolvimento de missões de polícia judiciária, estas forças de segurança são colocadas, através dos Procuradores da República e Juízes de Instrução, sob a dependência do Ministério da Justiça (Meyzonnier, 1994, pp. 131).

Segundo Ducroisic (2000, p. 33), a *Police Nationale*, criada em 1941 pelo “*Regime de Vichy*”⁵⁹ (Meyzonnier, 1994, p. 129), caracteriza-se por ser uma força de segurança pública civil, composta por cerca de 150.000 agentes, que tem por missão participar na segurança das pessoas e dos bens, sobretudo, em meio urbano. Ainda de acordo com este autor, a *Police Nationale* encontra-se submetida aos princípios do Estado de Direito, sendo a sua ação impulsionada, única e exclusivamente, pela lei (Ducroisic, 2000, p. 33).

⁵⁶ Esta rede social, que conta atualmente com cerca de 122 milhões de perfis ativos (Smith, 2016), caracteriza-se por ser uma comunidade virtual de fotógrafos, onde os utilizadores podem fazer *upload* gratuito de fotografias da sua câmara fotográfica e/ou *Smartphone*, tendo, para o efeito, 1Gb de espaço de armazenamento (Marques, 2017, p. 569).

⁵⁷ No que respeita à sua distribuição territorial, esta força de segurança é competente e exerce a sua atividade, sobretudo, nos pequenos meios urbanos e no campo (Meyzonnier, 1994, p. 131).

⁵⁸ Normalmente, esta força de segurança é competente e exerce a sua atividade nos meios urbanos com 10.000 ou mais habitantes (Meyzonnier, 1994, p. 131).

⁵⁹ De acordo com Macedo (1988), o “*Regime de Vichy*”, na altura conhecido como Estado Francês, vigorou em França no período de 1940-1944, tendo ficado conhecido por ser um governo de influência Nazi, que se opunha às Forças Livres Francesas, baseadas inicialmente em Londres e depois em Argel. Este regime foi estabelecido na “*Segunda Guerra Mundial*”, após a rendição de França, em 1940, à Alemanha Nazi, derivando o seu nome da capital do Governo francês de então, que era na cidade de Vichy, situada a sudeste de Paris, próximo de Clermont-Ferrand (Macedo, 1988).

No que respeita à organização da *Police Nationale*, destaca-se o facto de ser composta por uma Direção-Geral, por sua vez, organizada numa Inspeção-Geral e num conjunto Direções Centrais e Subdireções destas (*Police Nationale*, 2017), dirigida por um Diretor-Geral, nomeado pelo Ministro do Interior, ao qual reporta diretamente, a quem cabe a coordenação e controlo de todos os serviços desta força de segurança no território nacional⁶⁰ (Mezonnier, 1994, p. 137).

Entre as principais missões da *Police Nationale*, destacam-se (Ducroisic, 2000, pp. 34–36):

- A segurança a pessoas, bens e instituições, assim como o combate à pequena e média delinquência;
- O controlo dos fluxos migratórios e o combate ao trabalho clandestino;
- A luta contra a criminalidade organizada, a grande delinquência e o tráfico de estupefacientes;
- O combate ao terrorismo e a outras ameaças externas à segurança interna;
- A manutenção da ordem pública;
- O desenvolvimento de missões de polícia judiciária.

À semelhança da *London Metropolitan Police* e em linha com o que temos vindo a referir em relação a outras organizações públicas, a *Police Nationale* francesa, enquanto força de segurança com responsabilidades acrescidas na produção do valor/bem “segurança”, também tem pautado a sua atuação por uma aposta num modelo de policiamento de proximidade no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço.

Assim, no que respeita à presença da *Police Nationale* na WWW importa começar por destacar a sua página institucional (Anexo F), onde se apresenta uma imagem atrativa e moderna da organização, e oferecem um conjunto de serviços e informações que visam aumentar a capacidade de interação dos cidadãos com esta força de segurança, tendo em vista uma melhor resposta às necessidades e expectativas dos mesmos, designadamente em termos de proximidade aos cidadãos e reforço do sentimento de segurança.

Entre o conjunto de serviços disponibilizados na página institucional desta força de segurança no ciberespaço, destacamos as seguintes possibilidades oferecidas (*Police Nationale*, 2017):

- Sinalização de páginas eletrónicas e hiperligações na WWW que apresentem um conteúdo e/ou comportamento ilícito;
- Denúncia e participação de abusos de poder por parte de agentes da *Police Nationale* no exercício das suas funções;

⁶⁰ Excetua-se desta competência territorial nacional, nas áreas urbanas com 10.000 ou mais habitantes, a área de Paris, composta por Paris e pelos departamentos dos subúrbios de *Hauts-de-Seine*, *Seine-Saint-Denis* e *Val-de-Marne*, onde a competência de controlo e coordenação das forças de segurança é da Prefeitura da Polícia de Paris, que assegura com os seus próprios serviços as missões de segurança interna levadas a cabo pela Direção-Geral da *Police Nationale* em todo o território nacional, reportando, fruto do seu estatuto especial, diretamente ao Ministro do Interior (Président de la République, 2009).

- Reporte/denúncia de crimes, pessoas desaparecidas, comportamentos antissociais, disputas civis, incidentes de tráfego rodoviário, fraude, veículos automóveis perdidos ou furtados, e bens móveis furtados, perdidos ou achados.

Outro aspeto a destacar na página institucional da *Police Nationale* é a indicação que apresenta para que os utilizadores/cidadãos sigam as suas atividades nas redes sociais *Facebook* (Anexo G), *Twitter* (Anexo H), *Dailymotion*⁶¹ (Anexo I) e *Flickr* (Anexo J) (*Police Nationale*, 2017).

No que respeita aos conteúdos partilhados pela *Police Nationale* nas redes sociais, não obstante serem objeto de uma análise mais aprofundada no terceiro capítulo desta dissertação, à semelhança da *London Metropolitan Police*, são, sobretudo, de caráter informativo, procurando fomentar uma maior aproximação ao cidadão e à comunidade, designadamente através da difusão e partilha de conselhos de segurança, de imagens e vídeos da atuação desta força de segurança e da transmissão de informação atualizada aos cidadãos.

2.4.2. A Polícia de Segurança Pública

“Com efeito, e a título exemplificativo, a PSP trabalha com a vertente de trânsito, tem competências de licenciamento de armas, faz policiamentos de grandes eventos, tem equipas especializadas no apoio a idosos ou crianças. A rotina diária da PSP não se esgota no combate ao crime (...).”

(Sousa, 2016, p. 39)

Segundo Meyzonier (1994, p. 283), Portugal faz parte do conjunto de países que, fruto das guerras e invasões napoleónicas, adotaram um modelo de organização policial de influência francesa, centralizado e pluralista, que distingue a polícia administrativa, encarregue da prevenção e da manutenção da ordem pública, da polícia judiciária, a quem compete investigar e reprimir os crimes e os delitos.

Neste sentido, à semelhança do que acontece em França, existem em Portugal duas grandes forças de segurança, sendo uma de caráter civil, neste caso a PSP, na dependência orgânica e funcional do Ministério da Administração Interna, e outra de caráter militar, a GNR, na dependência dos Ministérios da Defesa e da Administração Interna (Meyzonier, 1994, p. 283). Para além destas, existem ainda dois serviços especializados de segurança, a PJ e o SEF (Inácio, 2010, p. 31).

De acordo com o consagrado no artigo 1.º da Lei Orgânica da Polícia de Segurança Pública (LOPSP) (Assembleia da República, 2007), a PSP é uma força de segurança, uniformizada e armada, com natureza de serviço público e dotada de autonomia administrativa, que tem por missão, nos termos da CRP (Assembleia Constituinte, 1976) e da lei, assegurar a legalidade democrática e garantir a segurança interna e os direitos dos cidadãos.

⁶¹ Esta rede social, à qual se acede de forma gratuita, conta atualmente com cerca de 300 milhões de perfis ativos e caracteriza-se por ser uma comunidade virtual de difusão/partilha de vídeos (Dailymotion, 2017).

Esta força de segurança, nos termos do estabelecido no artigo 2.º da referida LOPSP (Assembleia da República, 2007), tem uma organização única para todo o território nacional e encontra-se na dependência do membro do Governo responsável pela área da administração interna.

Conforme referimos anteriormente, a PSP faz parte do conjunto de FSS previstas no artigo 25.º da LSI (Assembleia da República, 2008b) com competência para o exercício das funções de segurança interna, tendo poder, nas palavras de Valente (2014, pp. 68–69), para exercer as medidas eminentemente policiais previstas nos artigos 28.º⁶² e 29.º⁶³ da aludida LSI, que são ordenadas pela “*Autoridade de Polícia*”⁶⁴ e/ou promovidas pelos “*Agentes de Polícia*” na dependência hierárquica daquela autoridade.

No que concerne às atribuições da PSP, importa referir que são as que se encontram previstas no artigo 3.º da LOPSP (Assembleia da República, 2007), sendo prosseguidas, com exceção das áreas legalmente cometidas a outras FSS, em todo o território nacional e com caráter de exclusividade nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira (Polícia de Segurança Pública, 2017).

Assim, para além das atribuições decorrentes da legislação de segurança interna em situações de normalidade institucional e, em situações de exceção, da legislação sobre a defesa nacional e sobre o estado de sítio e de emergência, destacam-se, entre outras, as seguintes atribuições da PSP (Assembleia da República, 2007):

- 1) Garantir as condições de segurança que permitam o exercício dos direitos e liberdades e o respeito pelas garantias dos cidadãos, bem

⁶² De acordo com o artigo 28.º da LSI (Assembleia da República, 2008b), são medidas de polícia: a identificação de pessoas suspeitas que se encontrem ou circulem em lugar público, aberto ao público ou sujeito a vigilância policial; a interdição temporária de acesso e circulação de pessoas e meios de transporte a local, via terrestre, fluvial, marítima ou aérea; a evacuação ou abandono temporários de locais ou meios de transporte; a remoção de objetos, veículos ou outros obstáculos colocados em locais públicos sem autorização que impeçam ou condicionem a passagem para garantir a liberdade de circulação em condições de segurança.

⁶³ De acordo com o artigo 29.º da LSI (Assembleia da República, 2008b), são medidas especiais de polícia: a realização, em viatura, lugar público, aberto ao público ou sujeito a vigilância policial, de buscas e revistas para detetar a presença de armas, substâncias ou engenhos explosivos ou pirotécnicos, objetos proibidos ou suscetíveis de possibilitar atos de violência e pessoas procuradas ou em situação irregular no território nacional ou privadas da sua liberdade; a apreensão temporária de armas, munições, explosivos e substâncias ou objetos proibidos, perigosos ou sujeitos a licenciamento administrativo prévio; a realização de ações de fiscalização em estabelecimentos e outros locais públicos ou abertos ao público; as ações de vistoria ou instalação de equipamentos de segurança; o encerramento temporário de paióis, depósitos ou fábricas de armamento ou explosivos e respetivos componentes, assim como a revogação ou suspensão de autorizações aos titulares dos estabelecimentos em apreço; o encerramento temporário de estabelecimentos destinados à venda de armas ou explosivos; a cessação da atividade de empresas, grupos, organizações ou associações que se dediquem ao terrorismo ou à criminalidade violenta ou altamente organizada; a inibição da difusão a partir de sistemas de radiocomunicações, públicos ou privados, e o isolamento eletromagnético ou o barramento do serviço telefónico em determinados espaços.

⁶⁴ De acordo com o artigo 26.º da LSI (Assembleia da República, 2008b), consideram-se autoridades de polícia os funcionários superiores indicados como tais nos diplomas orgânicos das forças e dos serviços de segurança.

- como o pleno funcionamento das instituições democráticas, no respeito pela legalidade e pelos princípios do Estado de direito;
- 2) Garantir a ordem e a tranquilidade públicas e a segurança e a proteção das pessoas e dos bens;
 - 3) Prevenir a criminalidade em geral, em coordenação com as demais FSS;
 - 4) Desenvolver as ações de investigação criminal e contraordenacional que lhe sejam atribuídas por lei, delegadas pelas autoridades judiciárias ou solicitadas pelas autoridades administrativas;
 - 5) Velar pelo cumprimento das leis e regulamentos relativos à viação terrestre e aos transportes rodoviários e promover e garantir a segurança rodoviária, designadamente através da fiscalização, do ordenamento e da disciplina do trânsito;
 - 6) Participar no controlo da entrada e saída de pessoas e bens no território nacional;
 - 7) Manter a vigilância e a proteção de pontos sensíveis, nomeadamente infraestruturas rodoviárias, ferroviárias, aeroportuárias e portuárias, edifícios públicos e outras instalações críticas;
 - 8) Garantir a segurança nos espetáculos, incluindo os desportivos, e noutras atividades de recreação e lazer, nos termos da lei;
 - 9) Prevenir e detetar situações de tráfico e consumo de estupefacientes ou outras substâncias proibidas, através da vigilância e do patrulhamento das zonas referenciadas como locais de tráfico ou consumo;
 - 10) Contribuir para a formação e informação em matéria de segurança dos cidadãos;
 - 11) Licenciar, controlar e fiscalizar o fabrico, armazenamento, comercialização, uso e transporte de armas, munições e substâncias explosivas e equiparadas que não pertençam ou se destinem às Forças Armadas (FAA) e demais FSS, sem prejuízo das competências de fiscalização legalmente cometidas a outras entidades;
 - 12) Licenciar, controlar e fiscalizar as atividades de segurança privada e respetiva formação, em cooperação com as demais FSS e com a Inspeção-Geral da Administração Interna.

Também aqui, em linha com o que temos vindo a referir, à semelhança de outras organizações públicas, a PSP, enquanto força de segurança com responsabilidades acrescidas na produção do valor/bem “*segurança*”, tem pautado a sua atuação por uma aposta num modelo de policiamento de proximidade no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço.

Neste sentido, no que respeita à presença desta força de segurança na WWW começamos por destacar a sua página institucional (Anexo K), onde, em linha com os casos a nível europeu/internacional da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale*, para além da apresentação de uma imagem atrativa e moderna da organização, são oferecidos um conjunto de serviços e informações com vista a aumentar a capacidade de interação dos cidadãos com esta força policial, assim como a dar resposta às necessidades e expectativas dos mesmos,

nomeadamente em termos proximidade à comunidade e reforço do sentimento de segurança.

Entre o conjunto de serviços disponibilizados na página institucional desta força de segurança no ciberespaço, destacamos as seguintes possibilidades oferecidas (Polícia de Segurança Pública, 2017):

- O serviço *e-polícia*, onde é disponibilizado um conjunto de opções numa janela em cascata que permitem aos utilizadores selecionar a opção que melhor se adequa ao serviço pretendido. As opções disponíveis são: *e-Acidentes*⁶⁵, *e-Estou aqui*⁶⁶, *e-Perdidos*⁶⁷, *e-Queixa*⁶⁸ e *e-Verão*⁶⁹;
- Informação, entre outros assuntos, sobre a organização, armas e explosivos, segurança privada, programas especiais de policiamento, tráfego rodoviário e atividade operacional da PSP.

Outro aspeto a destacar na página institucional da PSP é a indicação que apresenta para que os utilizadores/cidadãos sigam as suas atividades nas redes sociais *Facebook* (Anexo L), *Twitter* (Anexo M) e *YouTube* (Anexo N) (Polícia de Segurança Pública, 2017).

No que respeita aos conteúdos partilhados nestas plataformas de sociabilidade em linha, não obstante serem objeto de uma análise mais aprofundada no terceiro capítulo desta dissertação, tal como acontece nos casos da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale*, são, sobretudo, de caráter informativo, procurando fomentar uma maior aproximação ao cidadão e à comunidade, designadamente através da difusão e partilha de conselhos de segurança, de imagens e vídeos da atuação desta força de segurança, e da transmissão de informação atualizada aos cidadãos.

⁶⁵ Este serviço, lançado em 2008 no âmbito do Programa Simplex 2007 (Unidade de Coordenação da Modernização Administrativa, 2007), tem como principal objetivo disponibilizar ao cidadão, assim como às companhias de seguros, um método simples de efetuarem o pedido de emissão da certidão relativa a acidente de viação, sem a necessária deslocação a um posto da GNR ou esquadra da PSP, contribuindo para uma redução significativa em tempos e deslocações (Ministério da Administração Interna, 2017).

⁶⁶ Este serviço de localização da PSP visa, no âmbito da missão desta força de segurança, garantir a segurança de crianças e adultos, neste último caso, que, pelas mais variadas razões, possam sofrer alguma desorientação na via pública (Polícia de Segurança Pública, 2017a).

⁶⁷ Este serviço reencaminha os utilizadores/cidadãos para o portal de perdidos e achados do Ministério da Administração Interna, onde é possível pesquisar, de forma rápida e simples, sobre bens achados que foram entregues às forças de segurança (GNR e PSP) (Ministério da Administração Interna, 2017a).

⁶⁸ Este serviço destina-se a facilitar a apresentação de queixas e denúncias de crimes, por via eletrónica, à GNR, à PSP e ao SEF (Ministério da Administração Interna, 2017b).

⁶⁹ Através deste serviço os cidadãos podem obter todas as informações sobre a campanha "*Verão Seguro*" e submeter *online* o formulário para solicitação do serviço de vigilância da sua residência durante o seu período de férias (Ministério da Administração Interna, 2017c).

2.4.3. A Guarda Nacional Republicana

"A matriz umbilical da GNR encontra-se consagrada no artigo 272.º da CRP e não nos artigos 273.º a 276.º da CRP."

(Valente, 2013, p. 14)

Nas palavras de Meyzonnier (1994, pp. 283 e 288), a GNR é uma força de segurança militarizada, na dependência dos Ministros da Administração Interna e da Defesa, a quem compete, entre outras atribuições, a manutenção da ordem e da segurança pública, a aplicação da lei e dos demais regulamentos, a participação nas operações de auxílio em caso de catástrofe e a prevenção e repressão da criminalidade.

Esta força de segurança encontra a sua natureza militar definida no artigo 1.º da Lei Orgânica da Guarda Nacional Republicana (LOGNR) (Assembleia da República, 2007a), onde, para além de se consagrar a sua autonomia administrativa, se estabelece que é constituída por militares organizados num corpo especial de tropas. Ainda neste capítulo, no âmbito dos sistemas nacionais de segurança e proteção, o artigo 1.º da LOGNR (Assembleia da República, 2007a) estabelece como missão desta força policial assegurar a legalidade democrática e garantir a segurança interna e os direitos dos cidadãos, assim como colaborar na execução da política de defesa nacional, nos termos da CRP (Assembleia Constituinte, 1976) e da lei.

No que concerne às atribuições da GNR, importa referir que são as que se encontram previstas no artigo 3.º da LOGNR (Assembleia da República, 2007a), sendo prosseguidas, com exceção das áreas legalmente cometidas a outras FSS, em todo o território nacional e no mar territorial.⁷⁰

Assim, para além das atribuições decorrentes da legislação de segurança interna em situações de normalidade institucional e, em situações de exceção, da legislação sobre a defesa nacional e sobre o estado de sítio e de emergência, e ainda daquelas que são comuns às referidas no caso da PSP⁷¹, destacam-se, entre outras, as seguintes atribuições da GNR (Assembleia da República, 2007a):

- 1) Garantir a fiscalização, o ordenamento e a disciplina do trânsito em todas as infraestruturas constitutivas dos eixos da Rede Nacional Fundamental e da Rede Nacional Complementar, em toda a sua extensão, fora das áreas metropolitanas de Lisboa e Porto;
- 2) Assegurar, no âmbito da sua missão própria, a vigilância, patrulhamento e interceção terrestre e marítima, em toda a costa e mar territorial do continente e das Regiões Autónomas;
- 3) Prevenir e investigar as infrações tributárias, fiscais e aduaneiras, bem como fiscalizar e controlar a circulação de mercadorias sujeitas à ação tributária, fiscal ou aduaneira;
- 4) Executar ações de prevenção e de intervenção de primeira linha, em todo o território nacional, em situação de emergência de proteção e

⁷⁰ Artigo 5.º da LOGNR (Assembleia da República, 2007a).

⁷¹ São comuns à GNR as atribuições destacadas nos pontos 1 a 10 da PSP.

socorro, designadamente nas ocorrências de incêndios florestais ou de matérias perigosas, catástrofes e acidentes graves;

- 5) Cumprir, no âmbito da execução da política de defesa nacional e em cooperação com as FAA, as missões militares que lhe forem cometidas.

Em linha com o que temos vindo a referir e à semelhança de outras organizações públicas, a GNR, enquanto força de segurança com responsabilidades acrescidas na produção do valor/bem “*segurança*”, também tem pautado a sua atuação por uma aposta num modelo de policiamento de proximidade no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço.

Neste sentido, no que respeita à presença desta força de segurança na WWW começamos por destacar a sua página institucional (Anexo O), onde, tal como acontece nos casos da *London Metropolitan Police*, da *Police Nationale* e da PSP, para além da apresentação de uma imagem atrativa e moderna da organização, são oferecidos um conjunto de serviços e informações com vista a aumentar a capacidade de interação dos cidadãos com esta força policial, assim como a dar resposta às necessidades e expectativas dos mesmos, nomeadamente em termos proximidade à comunidade e reforço do sentimento de segurança.

Entre o conjunto de serviços disponibilizados na página institucional desta força de segurança no ciberespaço, destacamos as seguintes possibilidades oferecidas (GNR, 2017):

- O serviço *e-polícia*, onde, à semelhança do caso da PSP, é disponibilizado um conjunto de opções numa janela em cascata que permitem aos utilizadores selecionar a opção que melhor se adequa ao serviço pretendido. As opções disponíveis são: *e-Acidentes*, *e-Perdidos*, *e-Queixa* e *e-Verão*;
- Informação, entre outros assuntos, sobre a organização e as áreas de atuação da GNR (*e.g.* segurança, programas especiais, defesa da floresta contra incêndios e atividades tecnológicas).

Outro aspeto a destacar na página institucional da GNR é a indicação que apresenta para que os utilizadores/cidadãos sigam as suas atividades nas redes sociais *Facebook* (Anexo P), *Twitter* (Anexo Q), *YouTube* (Anexo R) e *Instagram* (Anexo S) (GNR, 2017).

No que respeita aos conteúdos partilhados nestas plataformas de sociabilidade em linha, tal como acontece nos casos da *London Metropolitan Police*, da *Police Nationale* e da PSP, também são, sobretudo, de caráter informativo, procurando fomentar uma maior aproximação ao cidadão e à comunidade, designadamente através da difusão e partilha de conselhos de segurança, de imagens e vídeos da atuação desta força de segurança, e da transmissão de informação atualizada aos cidadãos.

2.4.4. A Polícia Judiciária

“É no ano de 1927 que a polícia de investigação, que até essa data fazia parte da Polícia Cívica, se autonomiza, pela primeira vez, passando para a dependência do Ministério da Justiça, onde ainda se mantém com o nome de Polícia Judiciária, que adquiriu no ano de 1945.”

(Oliveira, 2006, p. 255)

De acordo com o artigo 1.º da Lei Orgânica da Polícia Judiciária (LOPJ) (Assembleia da República, 2008), a PJ é um corpo superior de polícia criminal, dotado de autonomia administrativa e organizado hierarquicamente na dependência do Ministro da Justiça.

No que concerne à sua missão e atribuições, importa referir que são as que encontram previstas no artigo 2.º da LOPJ (Assembleia da República, 2008). Deste modo, de acordo com o artigo em apreço, a PJ tem por missão coadjuvar as autoridades judiciárias na investigação e desenvolver e promover as ações de prevenção, deteção e investigação da sua competência ou que lhe sejam cometidas pelas autoridades judiciárias competentes, prossequindo as atribuições definidas na LOPJ, nos termos da Lei de Organização da Investigação Criminal (Assembleia da República, 2008a) e da Lei Quadro da Política Criminal (Assembleia da República, 2006).

Assim, entre as atribuições da PJ, destacam-se as seguintes (Assembleia da República, 2008):

- 1) Coadjuvação das autoridades judiciárias em processos relativos a crimes cuja deteção ou investigação lhe incumba realizar ou quando se afigure necessária a prática de atos que antecedem o julgamento e que requerem conhecimentos ou meios técnicos especiais;
- 2) Prevenção e deteção criminal, nomeadamente através de:
 - a) Promoção e realização de ações destinadas a fomentar a prevenção geral e a reduzir o número de vítimas da prática de crimes, motivando os cidadãos a adotarem precauções e a reduzirem os atos e as situações que facilitem ou precipitem a ocorrência de condutas criminosas;
 - b) Desenvolvimento das diligências adequadas ao esclarecimento das situações e à recolha de elementos probatórios;
 - c) Deteção e dissuasão de situações conducentes à prática de crimes, nomeadamente através de fiscalização e vigilância de locais suscetíveis de propiciarem a prática de atos ilícitos criminais, sem prejuízo das atribuições dos restantes órgãos de polícia criminal.

Em linha com o que temos vindo a referir e à semelhança de outras organizações públicas, a PJ, enquanto órgão de polícia criminal e serviço especializado de segurança (Inácio, 2010, p. 31), também tem procurado uma maior aproximação à comunidade no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço.

Neste sentido, no que respeita à presença deste órgão de polícia criminal na WWW começamos por destacar a sua página institucional (Anexo T), onde,

tal como acontece nos casos da *London Metropolitan Police*, da *Police Nationale*, da PSP e da GNR, para além da apresentação de uma imagem atrativa e moderna da organização, são oferecidos um conjunto de serviços e informações com vista a aumentar a capacidade de interação dos cidadãos com este serviço especializado de segurança (Inácio, 2010, p. 31), assim como a dar resposta às necessidades e expectativas dos mesmos, designadamente em termos proximidade e reforço do sentimento de segurança.

Entre o conjunto de serviços disponibilizados na página institucional da PJ no ciberespaço, destacamos as seguintes possibilidades oferecidas (PJ, 2017):

- Apresentação de queixa eletrónica, comunicação de operação suspeita e denúncia anónima;
- Alertas aos cidadãos;
- Solicitação de exames periciais;
- Informação, entre outros assuntos, sobre a organização, as áreas de atuação e a atividade da PJ.

Outro aspeto a destacar na página institucional da PJ é a indicação que apresenta para que os utilizadores/cidadãos sigam as suas atividades nas redes sociais *Twitter* (Anexo U) e *YouTube* (Anexo V) (PJ, 2017), onde são partilhados conteúdos, sobretudo, de carácter informativo, tendo em vista fomentar uma maior aproximação ao cidadão e à comunidade, designadamente através da difusão e partilha de informações, imagens e vídeos sobre a atividade desenvolvida por este órgão de polícia criminal.

2.4.5. O Serviço de Estrangeiros e Fronteiras

"O modelo policial português é um modelo centralizado e pluralista, composto por duas forças de segurança pública, a Polícia de Segurança Pública e a Guarda Nacional Republicana, e dois serviços de segurança especializados, a Polícia Judiciária e o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras."

(Inácio, 2010, p. 31)

De acordo com o artigo 1.º, n.º1, da Lei Orgânica e Atribuições do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (LOASEF) (Ministério da Administração Interna, 2012), o SEF é um serviço de segurança, organizado hierarquicamente na dependência do Ministro da Administração Interna, com autonomia administrativa e que, no quadro da política de segurança interna, tem por objetivos fundamentais controlar a circulação de pessoas nas fronteiras, a permanência e atividades de estrangeiros em território nacional, assim como estudar, promover, coordenar e executar as medidas e ações relacionadas com aquelas atividades e com os movimentos migratórios.

Ainda segundo o artigo 1.º, n.º 2, da LOASEF (Ministério da Administração Interna, 2012), enquanto órgão de polícia criminal, o SEF atua, nos termos da lei processual penal, sob a direção e em dependência funcional da autoridade judiciária competente, realizando as ações determinadas e os atos delegados pela referida autoridade.

No que concerne às suas atribuições, encontram-se estabelecidas no artigo 2.º da LOASEF (Ministério da Administração Interna, 2012), destacando-se, entre outras, as seguintes:

- 1) Vigiante e fiscalizar nos postos de fronteira, incluindo a zona internacional dos portos e aeroportos, a circulação de pessoas, podendo impedir o desembarque de passageiros e tripulantes de embarcações e aeronaves indocumentados ou em situação irregular;
- 2) Impedir o desembarque de passageiros e tripulantes de embarcações e aeronaves que provenham de portos ou aeroportos de risco sob o aspeto sanitário, sem prévio assentimento das competentes autoridades sanitárias;
- 3) Proceder ao controlo da circulação de pessoas nos postos de fronteira, impedindo a entrada ou saída do território nacional de pessoas que não satisfaçam os requisitos legais exigíveis para o efeito;
- 4) Proceder à investigação dos crimes de auxílio à imigração ilegal, bem como investigar outros com eles conexos, sem prejuízo da competência de outras entidades;
- 5) Manter a necessária colaboração com as entidades às quais compete a fiscalização do cumprimento da lei reguladora do trabalho de estrangeiros.

Em linha com o que temos vindo a referir e à semelhança de outras organizações públicas, o SEF, enquanto serviço especializado de segurança e órgão de polícia criminal (Inácio, 2010, p. 31), também tem procurado uma maior aproximação à comunidade no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço.

Neste sentido, no que respeita à presença do SEF na WWW começamos por destacar a sua página institucional (Anexo W), onde, tal como acontece nos casos da *London Metropolitan Police*, da *Police Nationale*, da PSP, da GNR e da PJ, para além da apresentação de uma imagem atrativa e moderna da organização, são oferecidos um conjunto de serviços e informações com vista a aumentar a capacidade de interação do público com este serviço especializado de segurança (Inácio, 2010, p. 31), assim como a dar resposta às necessidades e expectativas do mesmo.

Entre o conjunto de serviços disponibilizados na página institucional do SEF no ciberespaço, destacamos as seguintes possibilidades oferecidas (SEF, 2017):

- Marcação da deslocação dos utentes a qualquer uma das delegações do SEF;
- Formulação de pedido *online* para “*Autorização de Residência para Atividade de Investimento*”;
- Disponibilização de diversos formulários em formato eletrónico (*e.g.* “*Pedido de Autorização de Residência Temporária/Permanente*”, “*Estatuto de Residente de Longa Duração*”, “*Cartão Azul UE*”, “*Reagrupamento Familiar*”, entre outros);

- Informação, entre outros assuntos, sobre a organização, as áreas de atuação e a atividade do SEF.

Outro aspeto a destacar na página institucional do SEF é a indicação que apresenta para que os utilizadores/cidadãos sigam as suas atividades nas redes sociais *Facebook* (Anexo X), *Twitter* (Anexo Y) e *YouTube* (Anexo Z) (SEF, 2017), onde são partilhados conteúdos, sobretudo, de caráter informativo, tendo em vista fomentar uma maior aproximação ao público, designadamente através da difusão e partilha informações sobre as atividades por si desenvolvidas, de imagens e vídeos da sua atuação, e da transmissão de informação atualizada aos cidadãos.

2.4.6. A Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

“Enquanto órgão de fiscalização e de controlo do mercado, e numa perspetiva horizontal de toda a atividade económica, a ASAE desenvolve a sua atuação nas seguintes áreas de intervenção: Saúde Pública e Segurança Alimentar; Propriedade Industrial e Práticas Comerciais; Ambiente e Segurança.”

(ASAE, 2017)

De acordo com o artigo 1.º da Lei Orgânica da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (LOASAE) (Ministério da Economia e do Emprego, 2012), a ASAE é um serviço central da administração direta do Estado dotado de autonomia administrativa.

No que concerne à sua missão e atribuições, importa referir que são as que se encontram descritas no artigo 2.º da LOASAE (Ministério da Economia e do Emprego, 2012). Assim, tendo em conta o estipulado no n.º 1 do artigo em apreço, a ASAE tem por missão a fiscalização e prevenção do cumprimento da legislação reguladora do exercício das atividades económicas, nos setores alimentar e não alimentar, assim como a avaliação e comunicação dos riscos na cadeia alimentar, sendo o organismo nacional de ligação com as suas entidades congéneres, a nível europeu e internacional.

Segundo Valente (2014, pp. 65–66) e tal como referimos anteriormente, embora a ASAE não faça parte do conjunto de FSS com competência para o exercício de funções de segurança interna previstas no artigo 25.º da LSI (Assembleia da República, 2008b), enquadra-se, enquanto serviço central na dependência direta do Estado, no conjunto de órgãos e agentes pertencentes a serviços administrativos cuja função essencial consiste no desempenho de tarefas materiais de polícia administrativa ou judiciária, incluindo-se, por essa razão, no sentido orgânico de polícia, enquanto órgão de fiscalização e de controlo do mercado, e, numa perspetiva horizontal, de toda a atividade económica, tendo as atribuições previstas no artigo 2.º, n.º 2, da LOASAE (Ministério da Economia e do Emprego, 2012) e desenvolvendo a sua atuação, em todo o território nacional, nas áreas da saúde pública e segurança alimentar, da propriedade industrial e práticas comerciais, e do ambiente e segurança (ASAE, 2017).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Em linha com o que temos vindo a referir e à semelhança de outras organizações públicas, a ASAE também tem procurado uma maior aproximação à comunidade no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço.

Neste sentido, no que respeita à presença da ASAE na WWW começamos por destacar a sua página institucional (Anexo AA), onde, tal como acontece nos casos da *London Metropolitan Police*, da *Police Nationale*, da PSP, da GNR, da PJ e do SEF, para além da apresentação de uma imagem atrativa e moderna da organização, são oferecidos um conjunto de serviços e informações com vista a aumentar a capacidade de interação do público com este órgão de polícia criminal, assim como a dar resposta às necessidades e expectativas do mesmo.

Entre o conjunto de serviços disponibilizados na página institucional da ASAE no ciberespaço, destacamos as seguintes possibilidades oferecidas (ASAE, 2017a):

- Apresentação de denúncias;
- Disponibilização de diversos formulários eletrónicos no âmbito da atividade desenvolvida pela ASAE;
- Informação sobre a organização, as áreas de atuação e a atividade da ASAE.

Outro aspeto a destacar na página institucional da ASAE é a indicação que apresenta para que os utilizadores/cidadãos sigam as suas atividades na rede social *Facebook* (Anexo BB) (ASAE, 2017a), onde são partilhados conteúdos, sobretudo, de carácter informativo, tendo em vista fomentar uma maior aproximação ao público, designadamente através da difusão e partilha informações sobre as atividades por si desenvolvidas, de imagens e vídeos da sua atuação, e da transmissão de informação atualizada aos cidadãos.

3. ESTUDO DE CASO DA PÁGINA DA POLÍCIA DE SEGURANÇA PÚBLICA NO *FACEBOOK*

Segundo Coutinho (2015, p. 6), a atividade de investigar pressupõe, logo à partida, a existência de um objeto de investigação, uma intencionalidade de quem investiga e, não menos importante, a definição de um conjunto de metodologias, métodos e técnicas que permitam conduzir a investigação a partir da interrogação inicial, numa linha de continuidade, até à apresentação pública dos resultados obtidos.

Neste sentido, de acordo com a linha de investigação projetada para o desenvolvimento desta dissertação, no presente capítulo, dedicado ao estudo de caso da página institucional da PSP na rede social *Facebook* e no seu potencial estratégico para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma, apresentamos a análise e discussão dos resultados obtidos durante o trabalho de campo realizado, que, conforme referimos na introdução, aquando da apresentação da metodologia adotada e estrutura do trabalho, incidiu sobre os seguintes objetos:

- 1) Páginas institucionais da PSP, da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale* na rede social *Facebook*;
- 2) Cobertura dada pelos *media* à atividade, produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na sua página na rede social *Facebook*;
- 3) Entrevistas a elementos ligados ao GIRP;
- 4) Questionário anónimo *online* a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*;
- 5) Questionário anónimo *online* a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP SI;
- 6) Política de Informação da PSP.

3.1. Análise comparativa entre as páginas institucionais da PSP, da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale* na rede social *Facebook*

O presente subcapítulo tem como principal objetivo analisar os conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no *Facebook* e, numa perspetiva comparativa, aqueles que foram produzidos e partilhados naquela plataforma de sociabilidade na *Internet* pela *London Metropolitan Police*, do Reino Unido, e pela *Police Nationale*, de França, enquanto forças policiais congéneres no espaço europeu e a nível internacional.

Para a concretização do nosso objetivo optamos por recorrer a um modelo de estudo misto (Coutinho, 2015, p. 360), assente numa abordagem qualitativa (Aires, 2015, p. 13; Coutinho, 2015, pp. 28–30) e quantitativa (Coutinho, 2015, pp. 26–28; Vilelas, 2009, p. 103), que, através da utilização da técnica de análise de conteúdo, nos permitisse observar, descrever, interpretar e avaliar os conteúdos produzidos e partilhados pelas forças de segurança em apreço nas suas páginas institucionais na rede social *Facebook*.

No que respeita ao *corpus*⁷² que serviu de base à investigação que aqui apresentamos, importa referir que é constituído pelos conteúdos produzidos e partilhados nos anos 2015 e 2016 pelas aludidas forças policiais nas suas páginas institucionais na plataforma de sociabilidade *Facebook*. Contudo, considerando o elevado número de conteúdos produzidos e partilhados pelas mesmas naquela rede social no período em questão, que tornaria praticamente impossível o seu completo tratamento e análise no âmbito da presente dissertação, optamos por centrar a nossa atenção numa amostra representativa constituída por quatro meses de cada um dos anos em questão, que correspondem ao último mês de cada trimestre: março, junho, setembro e dezembro.

Uma vez que os conteúdos produzidos e partilhados no *Facebook* pelas organizações policiais em questão se destacam não só pelo seu número, mas também pelas temáticas diversas que apresentam, optámos por os agrupar em três grandes categorias⁷³, que, na nossa perspetiva, enquadram a atuação, em termos comunicacionais, da PSP, da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale* naquela plataforma de sociabilidade na *Internet*. Assim, as categorias a considerar para o enquadramento dos conteúdos produzidos e partilhados pelas referidas forças policiais na aludida rede social são (Tabela 1): *Reativa* (Anexo CC), *Preventiva* (Anexo DD) e *Generalista* (Anexo EE).

Categoria	Descrição
<i>Reativa</i>	Inclui todos os conteúdos relacionados com a reação das forças policiais a crimes, acidentes, atentados e eventos de natureza diversa, que, pelas suas características e impacto, representem um perigo para a sociedade em geral e afetem negativamente o sentimento de segurança.
<i>Preventiva</i>	Inclui todos os conteúdos de natureza preventiva que influenciem positivamente o sentimento de segurança dos cidadãos, designadamente a nível da prevenção da criminalidade, da prevenção rodoviária e da proximidade ao cidadão, entre outros.
<i>Generalista</i>	Inclui todos os conteúdos não integrados nas restantes categorias, onde, entre outros, se destacam aqueles que estão relacionados com o esforço que as forças policiais fazem para acompanhar as tendências sociais do momento. ⁷⁴

Tabela 1 – Categorias definidas para os conteúdos produzidos e partilhados na rede social *Facebook*.

A recolha, tratamento e análise dos conteúdos produzidos e partilhados pelas aludidas forças de segurança na plataforma de sociabilidade em linha *Facebook* foi feita através do recurso à técnica de observação não participante (Coutinho, 2015, pp. 136–139; Rivero, 2008, pp. 68–70), em que o

⁷² De acordo com Sousa (2016, p. 40), embora não exista uma definição concetualmente abrangente, este termo deve ser entendido como uma coleção de material informativo que constitui o objeto de análise da pesquisa.

⁷³ A categorização é um conceito geral/forma de pensamento que permite ao investigador agrupar um conjunto de elementos/unidades de registo com base em características comuns, facilitando, nomeadamente através do recurso à esquematização, a reunião de um maior número de informações e a correlação de classes de acontecimentos para uma melhor ordenação dos mesmos (Coutinho, 2015, p. 221).

⁷⁴ Veja-se, a título de exemplo, o acontecimento mediático do microfone da CMTV com o futebolista Cristiano Ronaldo, que, muito em linha com as tendências que marcavam na altura o espaço público nos *media* tradicionais e nas redes sociais da *Internet*, mereceu a produção/partilha de um conteúdo pela PSP na rede social *Facebook* (Ribeiro, 2016).

investigador, embora fazendo parte do conjunto de utilizadores com perfil ativo na referida rede social, se assume como um observador externo que, com base nas categorias supra referidas, cujas respetivas descrições se apresentam na Tabela 1, se limita a recolher, tratar e analisar os mencionados conteúdos produzidos e partilhados (Coutinho, 2015, p. 138).

Tendo em linha de conta que, conforme referem Quivy e Campenhoudt (2005, p. 226), só através do recurso à utilização de métodos construídos e estáveis é que será possível ao investigador elaborar uma interpretação que não tome como referencial os seus próprios valores e representações, o tratamento e análise dos dados recolhidos foi feito, numa perspetiva de isenção científica (Sousa, 2016, p. 41), com recurso ao programa informático *Microsoft Excel*[®].

Os conteúdos produzidos e partilhados pela PSP, pela *London Metropolitan Police* e pela *Police Nationale* na plataforma de sociabilidade em linha *Facebook* no biénio 2015-2016 foram pesquisados através da utilização da ferramenta de pesquisa disponível na barra superior da página principal da referida rede social, que, após a pesquisa do nome de utilizador pretendido, permite, designadamente através das opções disponíveis na barra lateral do lado esquerdo da página de apresentação dos resultados da pesquisa efetuada, filtrar, por autor e data de publicação, todas as publicações públicas feitas pelo mesmo desde a criação do perfil até à data em que é efetuada a pesquisa (Anexo FF). Estas pesquisas dos conteúdos produzidos e partilhados nos anos 2015 e 2016 foram efetuadas em 9 e 16 de julho de 2017, respetivamente.

Por fim, uma vez que o sucesso das redes sociais assenta, sobretudo, no potencial que apresentam para exponenciar as capacidades de expressão e sociabilidade, proporcionando aos atores, sejam eles indivíduos ou organizações, a possibilidade de interagir e comunicar com os outros em tempo real (Recuero, 2009, p. 24), optámos por analisar também o índice de interação dos utilizadores com os conteúdos produzidos e partilhados pelas forças policiais em questão nas suas páginas institucionais no *Facebook*, utilizando, para o efeito, o seguinte método de determinação:

$$II = \frac{(NTI \times 100)}{(NTS \times NTCP)}$$

Em que:

- **II** = Índice de Interação;
- **NTI** = Número Total de Interações;
- **NTS** = Número Total de Seguidores;
- **NTCP** = Número Total de Conteúdos Produzidos e Partilhados.

O número total de interações a considerar para determinar o índice de interação das páginas institucionais da PSP, da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale* no *Facebook* foi calculado com base na soma do número de reações, comentários e partilhas dos conteúdos produzidos e partilhados pelas

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

forças policiais em apreço em cada um dos meses em análise no biénio 2015-2016.

Em virtude do constante aumento do número de utilizadores que seguem as páginas institucionais da PSP, da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale* no *Facebook*, o número total de seguidores utilizado para determinar o índice de interação correspondeu ao conjunto de utilizadores que à data de 9 de julho de 2017, pelas 21 horas e 30 minutos, tinham colocado “Gosto” em cada uma das páginas em questão, tendo sido utilizado, por opção metodológica, como uma variante estável para a determinação do índice de interação dos utilizadores com os conteúdos produzidos e partilhados pelas aludidas forças policiais em cada uma das suas páginas institucionais na referida rede social (Tabela 2).

Força Policial	Número de Seguidores que colocaram “Gosto” na página institucional no Facebook
PSP	594.000
<i>London Metropolitan Police</i>	169.000
<i>Police Nationale</i>	671.090

Tabela 2 – Número total de seguidores que à data de 9 de julho de 2017, pelas 21 horas e 30 minutos, tinham colocado “Gosto” em cada uma das páginas institucionais da PSP, da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale* na rede social Facebook (Anexos GG, HH e II).

No que respeita ao número total de conteúdos produzidos e partilhados para efeitos de determinação do aludido índice de interação, refere-se também que o número considerado para o apuramento do mesmo foi aquele que resultou da soma dos conteúdos produzidos e partilhados por cada uma das aludidas forças policiais na amostra representativa de meses escolhidos para análise do biénio 2015-2016.

Realizada a apresentação da abordagem de estudo escolhida, do *corpus* que serviu de base à investigação desenvolvida e da metodologia utilizada, entramos seguidamente na análise e discussão dos resultados obtidos através da análise de conteúdo, centrada no biénio 2015-2016, da página institucional da PSP na rede social *Facebook* (Tabela 3).

Conforme referimos anteriormente, a PSP é uma força de segurança, uniformizada e armada, na dependência do membro do Governo responsável pela área da administração interna, com natureza de serviço público e dotada de autonomia administrativa, que tem por missão, nos termos da CRP (Assembleia Constituinte, 1976) e da lei, assegurar a legalidade democrática e garantir a segurança interna e os direitos dos cidadãos.

À semelhança de outras organizações policiais contemporâneas, esta força de segurança, no âmbito das responsabilidades acrescidas que detém na produção do valor/bem “segurança”, tem procurado apostar num modelo de policiamento de proximidade no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço.

No que concerne à questão da garantia da segurança interna, convém ainda destacar que, de acordo com o *Global Peace Index*, no biénio 2015-2016 Portugal apresenta-se como um dos cinquenta países mais seguros no mundo, tendo ficado, respetivamente, na 11.ª posição em 2015 e no 5.º lugar no ano

de 2016 (Institute for Economics and Peace, 2015, pp. 8–9, 2016, pp. 8–11), numa avaliação efetuada a 163 Estados que assenta em indicadores como a segurança pública, a violência policial, a taxa de homicídios, a justiça social, o terrorismo, a participação em conflitos, o grau de militarização e os gastos com armas.

Antes de avançarmos, tendo em conta a possível influência na atividade desenvolvida pela PSP nas redes sociais e, mais concretamente, no *Facebook*, importa também referir que, de acordo com os dados disponíveis na *Global Terrorism Database* (National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism, 2017), no biénio 2015-2016 não foi registado qualquer incidente de natureza terrorista em Portugal.

Força Policial	Ano	Mês	Categoria dos Conteúdos			Total de Conteúdos	Número Total de Interações				Índice de Interação
			Reativa	Preventiva	Generalista		Reações	Comentários	Partilhas	Total	
PSP	2015	Março	45	46	12	349	50 858	1 969	7 028	227 801	10,99%
		Junho	40	29	10		44 634	1 963	9 954		
		Setembro	35	32	6		42 652	1 378	6 645		
		Dezembro	27	45	22		50 298	1 528	8 894		
		Total	147	152	50		188 442	6 838	32 521		
	2016	Março	37	37	29	339	81 991	3 013	8 728	515 784	25,61%
		Junho	18	32	25		87 068	4 009	9 582		
		Setembro	18	22	29		57 741	2 963	4 290		
		Dezembro	11	31	50		233 673	10 562	12 164		
		Total	84	122	133		460 473	20 547	34 764		

Tabela 3 – Amostra representativa da atividade na página institucional da PSP na rede social Facebook no biénio 2015-2016.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Assim, através dos dados constantes na Tabela 3, referentes à amostra representativa de meses selecionados no biénio 2015-2016 para a análise da atividade na página institucional da PSP na rede social *Facebook*, verifica-se que a força policial em apreço produziu e partilhou um total de 688 conteúdos, que, por sua vez, geraram 743.585 interações.

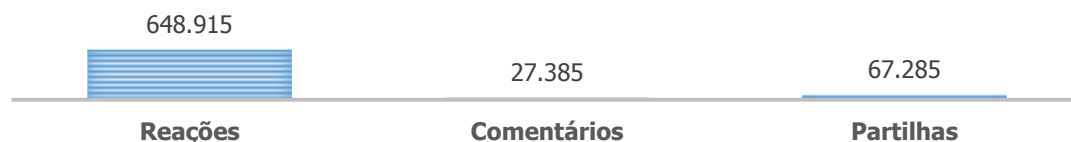


Gráfico 1 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social Facebook no biénio 2015-2016, distribuídas por tipologia.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Em relação à distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 743.585 interações estabelecidas com os 688 conteúdos produzidos e partilhados pela PSP no período analisado, salienta-se o facto de 648.915 resultarem de reações, 27.385 serem o resultado de comentários e 67.285 serem referentes à partilha dos conteúdos em questão na rede social *Facebook* (Gráfico 1).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Dos referidos 688 conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na plataforma de sociabilidade supra referida no período analisado, destaca-se o facto de 231 se enquadrarem na categoria *Reativa*, 274 na categoria *Preventiva* e 183 na categoria *Generalista* (Gráfico 2).



Gráfico 2 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na rede social Facebook no biénio 2015-2016, distribuídos por categoria.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

No que respeita à distribuição por ano dos conteúdos produzidos e partilhados e das interações geradas pelos mesmos na amostra representativa de meses selecionados no biénio 2015-2016 para a análise da atividade na página institucional da PSP na rede social *Facebook*, verificou-se o seguinte:

- No ano de 2015 foi produzido e partilhado um total de 349 conteúdos pela PSP, que geraram 227.801 interações com os seguidores da página institucional da força de segurança em apreço na mencionada plataforma de sociabilidade em linha;
- No ano de 2016 foi produzido e partilhado um total de 339 conteúdos pela PSP, que geraram 515.784 interações com os seguidores da sua página institucional na aludida rede social da *Internet*.

O Gráfico 3 apresenta a distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 227.801 interações geradas pelos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP em 2015 na sua página institucional na plataforma de sociabilidade *Facebook*.

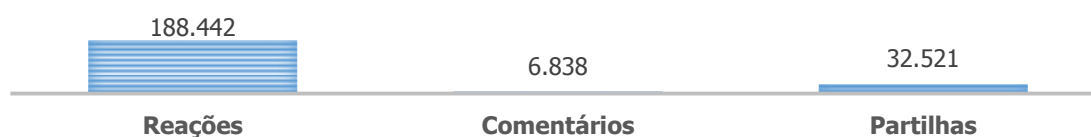


Gráfico 3 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social Facebook no ano 2015, distribuídas por tipologia.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Em relação à distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 227.801 interações estabelecidas com os 349 conteúdos produzidos e partilhados pela PSP no ano de 2015, salienta-se o facto de 188.442 resultarem de reações, 6.838 serem o resultado de comentários e 32.521 serem referentes à partilha dos conteúdos em questão na rede social *Facebook* (Gráfico 3).

Dos referidos 349 conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na amostra representativa de meses selecionados do ano de 2015, importa referir que 147 enquadram-se na categoria *Reativa*, 152 na categoria *Preventiva* e 50 na categoria *Generalista* (Gráfico 4).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

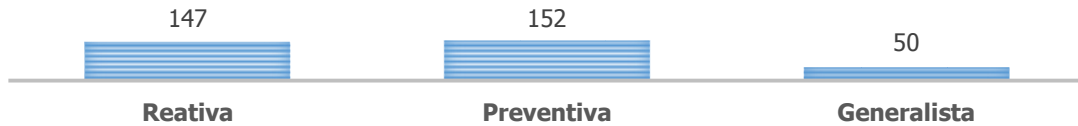


Gráfico 4 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na rede social Facebook no ano 2015, distribuídos por categoria.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Ainda em relação ao ano de 2015, apurou-se também que o índice de interação dos utilizadores com os conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no *Facebook* foi de 10,99% (Tabela 3).

O Gráfico 5 apresenta a distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 515.784 interações geradas pelos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP em 2016 na sua página institucional na rede social *Facebook*.

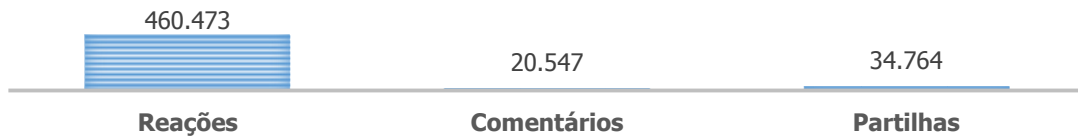


Gráfico 5 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social Facebook no ano 2016, distribuídas por tipologia.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

No que respeita à distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 515.784 interações estabelecidas com os 339 conteúdos produzidos e partilhados pela PSP no ano de 2016, salienta-se o facto de 460.473 resultarem de reações, 20.547 serem o resultado de comentários e 34.764 serem referentes à partilha dos conteúdos em questão na rede social *Facebook* (Gráfico 5).

Dos referidos 339 conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na amostra representativa de meses selecionados do ano de 2016, importa referir que 84 enquadram-se na categoria *Reativa*, 122 na categoria *Preventiva* e 133 na categoria *Generalista* (Gráfico 6).



Gráfico 6 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na rede social Facebook no ano 2016, distribuídos por categoria.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Relativamente ao índice de interação dos utilizadores com os conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no *Facebook* em 2016, destaca-se ainda o seu crescimento acentuado em relação ao registado em 2015, tendo ficado nos 25,61% (Tabela 3).

Apresentada a análise e discussão dos resultados obtidos através da análise de conteúdo, centrada no biénio 2015-2016, da página institucional da PSP na rede social em linha *Facebook*, passamos a analisar, numa perspetiva

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

comparativa, os conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* (Reino Unido) naquela plataforma de sociabilidade na *Internet* (Tabela 4).

Conforme referimos anteriormente, a *London Metropolitan Police* é a força policial responsável pelo policiamento de todo o território de Londres, com exceção de uma pequena área conhecida como "*The Square Mile*", onde se situa o centro histórico e financeiro da cidade (Mezonnier, 1994, p. 315).

No que respeita às missões desenvolvidas pela *London Metropolitan Police*, destacam-se, entre outras, o policiamento territorial de Londres, as operações de combate ao crime nas suas diferentes formas e o combate ao terrorismo e a outras ameaças à segurança (London Metropolitan Police, 2017).

À semelhança de outras organizações policiais contemporâneas, a *London Metropolitan Police*, no âmbito das responsabilidades acrescidas que detém na produção do valor/bem "*segurança*", tem procurado apostar num modelo de policiamento comunitário no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço.

No que concerne à questão da garantia da segurança interna, convém ainda destacar que, de acordo com o *Global Peace Index*, no biénio 2015-2016 o Reino Unido apresenta-se como um dos cinquenta países mais seguros no mundo, tendo ficado, respetivamente, na 39.^a posição em 2015 e no 47.^o lugar no ano de 2016 (Institute for Economics and Peace, 2015, pp. 8–9, 2016, pp. 8–11).

Antes de avançarmos, tendo em conta a possível influência na atividade desenvolvida pela *London Metropolitan Police* nas redes sociais e, mais concretamente, no *Facebook*, importa também referir que, de acordo com os dados disponíveis na *Global Terrorism Database* (National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism, 2017), no biénio 2015-2016 o Reino Unido foi alvo de um conjunto de 218 incidentes de natureza terrorista, dos quais 5 tiveram lugar no território de Londres: 3 em 2015 e 2 no ano de 2016.

Força Policial	Ano	Mês	Categoria dos Conteúdos			Total de Conteúdos	Número Total de Interações				Índice de Interação
			Reativa	Preventiva	Generalista		Reações	Comentários	Partilhas	Total	
<i>London Metropolitan Police</i>	2015	Março	6	4	4	91	5 487	1 042	1 393	74 943	48,73%
		Junho	5	12	4		12 853	1 140	2 568		
		Setembro	11	5	1		11 581	1 814	4 538		
		Dezembro	8	11	20		24 147	2 401	5 979		
		Total	30	32	29		54 068	6 397	14 478		
	2016	Março	12	3	3	113	12 046	1 056	3 108	73 627	38,55%
		Junho	6	10	5		14 288	1 718	2 980		
		Setembro	4	7	13		12 516	1 400	2 906		
		Dezembro	5	13	32		17 260	1 103	3 246		
		Total	27	33	53		56 110	5 277	12 240		

Tabela 4 – Amostra representativa da atividade na página institucional da *London Metropolitan Police* na rede social *Facebook* no biénio 2015-2016.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Assim, através dos dados constantes na Tabela 4, referentes à amostra representativa de meses selecionados no biénio 2015-2016 para a análise da atividade na página institucional da *London Metropolitan Police* na rede social *Facebook*, verifica-se que a força de segurança em apreço produziu e partilhou um total de 204 conteúdos, que, por sua vez, geraram 148.570 interações.

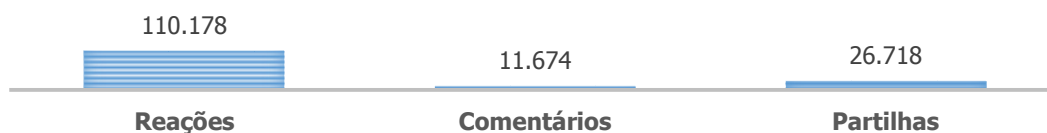


Gráfico 7 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da *London Metropolitan Police* na rede social *Facebook* no biénio 2015-2016, distribuídas por tipologia.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Em relação à distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 148.570 interações estabelecidas com os 204 conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* no período analisado, salienta-se o facto de 110.178 resultarem de reações, 11.674 serem o resultado de comentários e 26.718 serem referentes à partilha dos conteúdos em questão na rede social *Facebook* (Gráfico 7).

Dos referidos 204 conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* na plataforma de sociabilidade supra referida no período analisado, destaca-se o facto de 57 se enquadrarem na categoria *Reativa*, 65 na categoria *Preventiva* e 82 na categoria *Generalista* (Gráfico 8).

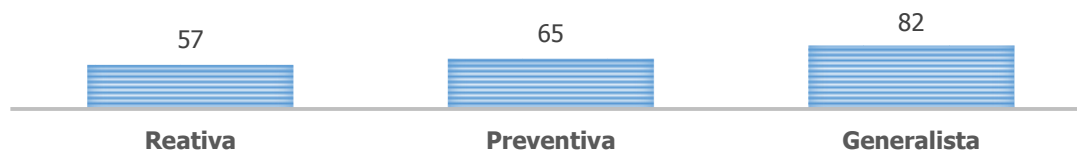


Gráfico 8 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* na rede social *Facebook* no biénio 2015-2016, distribuídos por categoria.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

No que respeita à distribuição por ano dos conteúdos produzidos e partilhados e das interações geradas pelos mesmos na amostra representativa de meses selecionados no biénio 2015-2016 para a análise da atividade na página institucional da *London Metropolitan Police* na rede social *Facebook*, verificou-se o seguinte:

- No ano de 2015 foi produzido e partilhado um total de 91 conteúdos pela *London Metropolitan Police*, que geraram 74.943 interações com os seguidores da página institucional da força de segurança em apreço na mencionada plataforma de sociabilidade em linha;
- No ano de 2016 foi produzido e partilhado um total de 113 conteúdos pela *London Metropolitan Police*, que geraram 73.627 interações com os seguidores da sua página institucional na aludida rede social da *Internet*.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

O Gráfico 9 apresenta a distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 74.943 interações geradas pelos conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* em 2015 na sua página institucional na plataforma de sociabilidade *Facebook*.

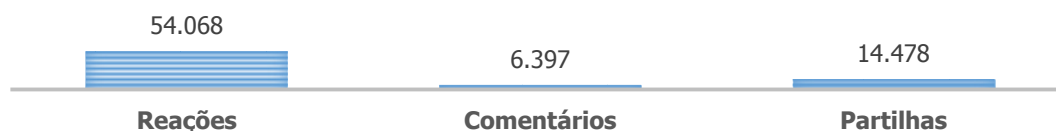


Gráfico 9 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da *London Metropolitan Police* na rede social *Facebook* no ano 2015, distribuídas por tipologia.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Em relação à distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 74.943 interações estabelecidas com os 91 conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* no ano de 2015, salienta-se o facto de 54.068 resultarem de reações, 6.397 serem o resultado de comentários e 14.478 serem referentes à partilha dos conteúdos em questão na rede social *Facebook* (Gráfico 9).

Dos referidos 91 conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* na amostra representativa de meses selecionados do ano de 2015, importa referir que 30 enquadram-se na categoria *Reativa*, 32 na categoria *Preventiva* e 29 na categoria *Generalista* (Gráfico 10).

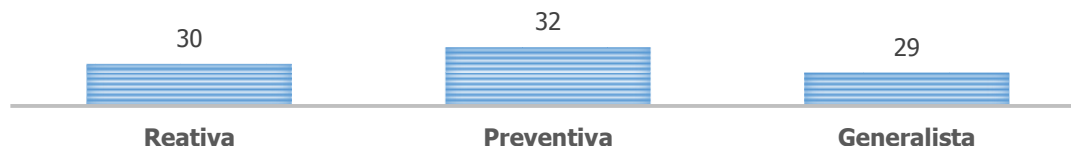


Gráfico 10 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* na rede social *Facebook* no ano 2015, distribuídos por categoria.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Ainda em relação ao ano de 2015, apurou-se também que o índice de interação dos utilizadores com os conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* na sua página institucional no *Facebook* foi de 48,73% (Tabela 4).

O Gráfico 11 apresenta a distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 73.627 interações geradas pelos conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* em 2016 na sua página institucional na rede social *Facebook*.

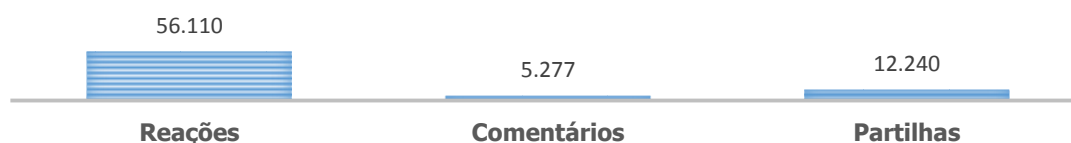


Gráfico 11 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da *London Metropolitan Police* na rede social *Facebook* no ano 2016, distribuídas por tipologia.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

No que respeita à distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 73.627 interações estabelecidas com os 113 conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* no ano de 2016, salienta-se o facto de 56.110 resultarem de reações, 5.277 serem o resultado de comentários e 12.240 serem referentes à partilha dos conteúdos em questão na rede social *Facebook* (Gráfico 11).

Dos referidos 113 conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* na amostra representativa de meses selecionados do ano de 2016, importa referir que 27 enquadram-se na categoria *Reativa*, 33 na categoria *Preventiva* e 53 na categoria *Generalista* (Gráfico 12).

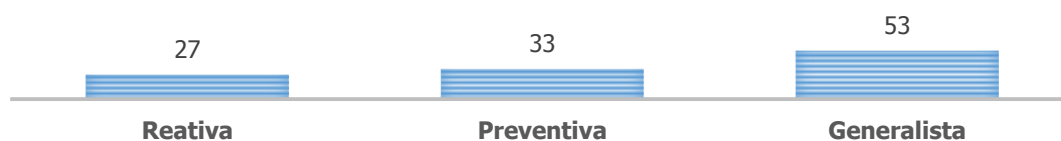


Gráfico 12 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* na rede social *Facebook* no ano 2016, distribuídos por categoria.

Fonte: *Facebook*, 2017 (elaboração própria).

Relativamente ao índice de interação dos utilizadores com os conteúdos produzidos e partilhados pela *London Metropolitan Police* na sua página institucional no *Facebook* em 2016, destaca-se ainda o seu decréscimo acentuado em relação ao registado em 2015, tendo ficado nos 38,55% (Tabela 4).

Numa perspetiva comparativa, destacam-se os seguintes aspetos que aproximam/diferenciam a atividade desenvolvida pela PSP e pela *London Metropolitan Police* nas suas páginas institucionais na plataforma de sociabilidade *Facebook*:

- Em relação ao número de seguidores das respetivas páginas institucionais no *Facebook*, constata-se que a PSP, com um total de 594.000 utilizadores que colocaram “*Gosto*” na sua página institucional, supera claramente o número de seguidores da página institucional da *London Metropolitan Police*, na ordem dos 169.000 utilizadores;
- No que respeita ao número de conteúdos produzidos e partilhados destaca-se o facto de a PSP apresentar uma maior atividade na amostra representativa de meses selecionados para análise do biénio 2015-2016, tendo totalizado 688 conteúdos, que, por sua vez, geraram 743.585 interações e um índice de interação na ordem dos 10,99% em 2015 e 25,61% no ano de 2016. Contudo, embora com um menor número de conteúdos partilhados (204 ao todo) e de interações geradas (num total de 148.570), a *London Metropolitan Police* apresenta um índice de interação muito superior ao registado pela PSP, na ordem dos 48,73% em 2015 e 38,55% no ano de 2016;
- Em termos de categoria dos conteúdos produzidos e partilhados pelas forças de segurança supra referidas, destaca-se o carácter

eminentemente preventivo/reactivo protagonizado pela PSP, que, no entanto, contrasta com a tendência manifestamente generalista/preventiva da *London Metropolitan Police*. Esta constatação assume ainda maior relevância se consideramos, por um lado, que no biénio 2015-2016 o Reino Unido apresenta um índice de segurança bastante inferior ao de Portugal (Institute for Economics and Peace, 2015, pp. 8–9, 2016, pp. 8–11) e, por outro, que no referido período ocorreram 5 incidentes de natureza terrorista no território de Londres, onde a *London Metropolitan Police* desenvolve a sua missão, o que, do nosso ponto de vista, poderia justificar uma maior tendência, por parte desta força policial, para apostar num paradigma comunicacional nas redes sociais em geral, e mais concretamente no *Facebook*, de carácter marcadamente preventivo/reactivo ou reativo/preventivo.

Apresentada a análise e discussão dos resultados obtidos através da análise de conteúdo, centrada no biénio 2015-2016, da página institucional da *London Metropolitan Police* na rede social em linha *Facebook*, passamos a analisar, também aqui numa perspetiva comparativa com o caso da PSP, os conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* (França) naquela plataforma de sociabilidade na *Internet* (Tabela 5).

Conforme referimos anteriormente, a *Police Nationale* caracteriza-se por ser uma força de segurança pública civil, composta por cerca de 150.000 agentes, que tem por missão participar na segurança das pessoas e dos bens, sobretudo, em meio urbano.

À semelhança de outras organizações policiais contemporâneas, no âmbito das responsabilidades acrescidas que detém na produção do valor/bem “segurança”, a *Police Nationale* tem procurado apostar num modelo de policiamento de proximidade no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço.

No que concerne à questão da garantia da segurança interna, convém ainda destacar que, de acordo com o *Global Peace Index*, no biénio 2015-2016 a França apresenta-se como um dos cinquenta países mais seguros no mundo, tendo ficado, respetivamente, na 45.^a posição em 2015 e no 46.^o lugar no ano de 2016 (Institute for Economics and Peace, 2015, pp. 8–9, 2016, pp. 8–11).

Antes de avançarmos, tendo em conta a possível influência na atividade desenvolvida pela *Police Nationale* nas redes sociais e, mais concretamente, no *Facebook*, importa também referir que, de acordo com os dados disponíveis na *Global Terrorism Database* (National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism, 2017), no biénio 2015-2016 a França foi alvo de um conjunto de 62 incidentes de natureza terrorista: 36 em 2015 e 26 no ano de 2016. Para além destes incidentes, destacamos também a realização, no ano de 2016, do Campeonato Europeu de Futebol em França, que, pelo elevado mediatismo que traz associado e pelo grande número de adeptos que atrai, implicou a implementação de medidas e meios adicionais para garantir a segurança das pessoas e bens durante a realização do evento em apreço (Angélico, 2016).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Força Policial	Ano	Mês	Categoria dos Conteúdos			Total de Conteúdos	Número Total de Interações				Índice de Interação
			Reativa	Preventiva	Generalista		Reações	Comentários	Partilhas	Total	
Police Nationale	2015	Março	14	16	19	145	87 283	4 004	12 938	398 257	40,93%
		Junho	12	22	13		49 213	2 663	16 899		
		Setembro	2	10	7		26 059	1 962	8 218		
		Dezembro	10	15	5		109 938	6 408	72 672		
		Total	38	63	44		272 493	15 037	110 727		
	2016	Março	16	25	14	284	128 225	6 875	50 027	1 303 946	68,42%
		Junho	15	45	40		510 874	37 014	276 562		
		Setembro	15	18	19		92 260	7 168	40 413		
		Dezembro	11	23	43		81 217	5 838	67 473		
		Total	57	111	116		812 576	56 895	434 475		

Tabela 5 – Amostra representativa da atividade na página institucional da *Police Nationale* na rede social Facebook no biénio 2015-2016.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Assim, através dos dados constantes na Tabela 5, referentes à amostra representativa de meses selecionados no biénio 2015-2016 para a análise da atividade na página institucional da *Police Nationale* na rede social Facebook, verifica-se que a força de segurança em apreço produziu e partilhou um total de 429 conteúdos, que, por sua vez, geraram 1.702.203 interações.

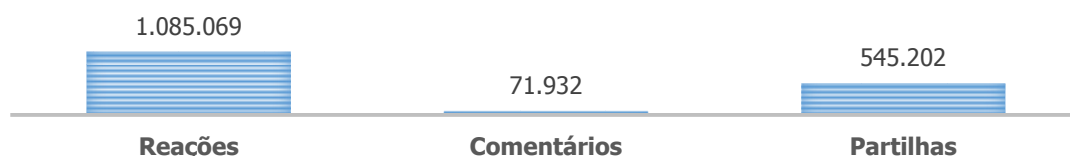


Gráfico 13 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da *Police Nationale* na rede social Facebook no biénio 2015-2016, distribuídas por tipologia.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Em relação à distribuição, segundo a respetiva tipologia, do total de 1.702.203 interações estabelecidas com os 429 conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* no período analisado, salienta-se o facto de 1.085.069 resultarem de reações, 71.932 serem o resultado de comentários e 545.202 serem referentes à partilha dos conteúdos em questão na rede social Facebook (Gráfico 13).

Dos referidos 429 conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* na plataforma de sociabilidade supra referida no período analisado, destaca-se o facto de 95 se enquadrarem na categoria *Reativa*, 174 na categoria *Preventiva* e 160 na categoria *Generalista* (Gráfico 14).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação



Gráfico 14 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela Police Nationale na rede social Facebook no biénio 2015-2016, distribuídos por categoria.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

No que respeita à distribuição por ano dos conteúdos produzidos e partilhados e das interações geradas pelos mesmos na amostra representativa de meses selecionados no biénio 2015-2016 para a análise da atividade na página institucional da *Police Nationale* na rede social *Facebook*, verificou-se o seguinte:

- No ano de 2015 foi produzido e partilhado um total de 145 conteúdos pela *Police Nationale*, que geraram 398.257 interações com os seguidores da página institucional da força de segurança em apreço na mencionada plataforma de sociabilidade em linha;
- No ano de 2016 foi produzido e partilhado um total de 284 conteúdos pela *Police Nationale*, que geraram 1.303.946 interações com os seguidores da sua página institucional na aludida rede social da *Internet*.

O Gráfico 15 apresenta a distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 398.257 interações geradas pelos conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* em 2015 na sua página institucional na plataforma de sociabilidade *Facebook*.



Gráfico 15 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da Police Nationale na rede social Facebook no ano 2015, distribuídas por tipologia.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Em relação à distribuição, segundo a respetiva tipologia, das 398.257 interações estabelecidas com os 145 conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* no ano de 2015, salienta-se o facto de 272.493 resultarem de reações, 15.037 serem o resultado de comentários e 110.727 serem referentes à partilha dos conteúdos em questão na rede social *Facebook* (Gráfico 15).

Dos referidos 145 conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* na amostra representativa de meses selecionados do ano de 2015, importa referir que 38 enquadram-se na categoria *Reativa*, 63 na categoria *Preventiva* e 44 na categoria *Generalista* (Gráfico 16).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

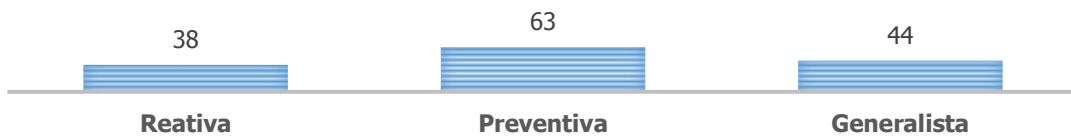


Gráfico 16 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* na rede social Facebook no ano 2015, distribuídos por categoria.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Ainda em relação ao ano de 2015, apurou-se também que o índice de interação dos utilizadores com os conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* na sua página institucional no Facebook foi de 40,93% (Tabela 5).

O Gráfico 17 apresenta a distribuição, segundo a respetiva tipologia, do total de 1.303.946 interações geradas pelos conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* em 2016 na sua página institucional na rede social Facebook.

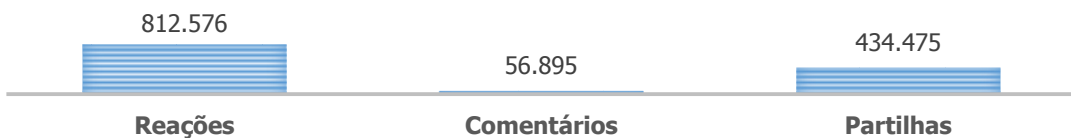


Gráfico 17 – Número de interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da *Police Nationale* na rede social Facebook no ano 2016, distribuídas por tipologia.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

No que respeita à distribuição, segundo a respetiva tipologia, do total de 1.303.946 interações estabelecidas com os 284 conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* no ano de 2016, salienta-se o facto de 812.576 resultarem de reações, 56.895 serem o resultado de comentários e 434.475 serem referentes à partilha dos conteúdos em questão na rede social Facebook (Gráfico 17).

Dos referidos 284 conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* na amostra representativa de meses selecionados do ano de 2016, importa referir que 57 enquadram-se na categoria *Reativa*, 111 na categoria *Preventiva* e 116 na categoria *Generalista* (Gráfico 18).



Gráfico 18 – Número de conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* na rede social Facebook no ano 2016, distribuídos por categoria.

Fonte: Facebook, 2017 (elaboração própria).

Relativamente ao índice de interação dos utilizadores com os conteúdos produzidos e partilhados pela *Police Nationale* na sua página institucional no

Facebook em 2016, destaca-se ainda o seu crescimento acentuado em relação ao registado em 2015, tendo ficado nos 68,42% (Tabela 5).

Numa perspetiva comparativa, destacam-se os seguintes aspetos que aproximam/diferenciam a atividade desenvolvida pela PSP e pela *Police Nationale* nas suas páginas institucionais na plataforma de sociabilidade *Facebook*:

- Em relação ao número de seguidores das respetivas páginas institucionais no *Facebook*, constata-se que a PSP, com um total de 594.000 utilizadores que colocaram “*Gosto*” na sua página institucional, fica claramente abaixo do número de seguidores da página institucional da *Police Nationale*, na ordem dos 671.090 utilizadores;
- No que respeita ao número de conteúdos produzidos e partilhados destaca-se o facto de a PSP apresentar uma maior atividade na amostra representativa de meses selecionados para análise do biénio 2015-2016, tendo totalizado 688 conteúdos, que, por sua vez, geraram 743.585 interações e um índice de interação na ordem dos 10,99% em 2015 e 25,61% no ano de 2016. Contudo, embora com um menor número de conteúdos partilhados (429 ao todo), a *Police Nationale* apresenta um maior número de interações geradas com os mesmos (num total de 1.702.203), registando também um índice de interação muito superior ao da PSP, na ordem dos 40,93% em 2015 e 68,42% no ano de 2016;
- Em termos de categoria dos conteúdos produzidos e partilhados pelas forças de segurança supra referidas, destaca-se o carácter eminentemente preventivo/reactivo protagonizado pela PSP, que, no entanto, contrasta com o paradigma manifestamente generalista/preventivo da *Police Nationale*. Esta constatação assume, também aqui, uma maior relevância, especialmente se considerarmos, por um lado, que no biénio 2015-2016 a França apresenta um índice de segurança bastante inferior ao de Portugal (Institute for Economics and Peace, 2015, pp. 8–9, 2016, pp. 8–11) e, por outro, que no referido período, para além da organização de um grande evento desportivo com capacidade para atrair multidões, ocorreram 62 incidentes de natureza terrorista em território francês, o que, do nosso ponto de vista, poderia justificar uma maior aposta da *Police Nationale* num paradigma comunicacional nas redes sociais em geral, e mais concretamente no *Facebook*, de carácter marcadamente preventivo/reactivo ou reativo/preventivo.

3.2. Análise de conteúdo da cobertura dada pelos *media* à atividade, produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social *Facebook*

De acordo Sousa (2016, p. 1), os *media* são instrumentos básicos de controlo da opinião pública que influem na interpretação humana dos factos e no modo de pensar, sentir e comportar dos indivíduos e das organizações, sendo essa a razão pela qual não se deve ignorar a sua função e poder, sob pena de graves consequências a nível da formação da opinião pública enquanto fator de legitimação no espaço público.

Na Era da Informação, em que se assiste a uma revolução digital assente na transição de um paradigma de comunicação em massa para uma comunicação universal em rede (Cardoso *et al.*, 2009, pp. 15–66), com a esfera pública a depender largamente do sistema de comunicação global/local dos *media*, que, desde finais do século passado, inclui não só os *media* tradicionais (*e.g.* jornais, revistas, rádio e televisão), mas também uma variedade de sistemas de multimédia e de comunicação, entre os quais se destacam, pelo seu papel decisivo, a *Internet* e as redes de comunicação horizontal (Castells, 2008), tornou-se essencial que as organizações, independentemente do seu carácter público ou privado, dediquem especial atenção aos *media*, na medida em que estes desempenham um papel cada vez mais preponderante na construção de quadros mentais relativamente a pessoas e instituições, assumindo-se como meios de excelência para a participação na vida social e, não menos importante, para a promoção da imagem das organizações (Sousa, 2016, p. iv).

Assim, o presente subcapítulo tem como principal objetivo analisar a cobertura dada pelos *media* à atividade, produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social *Facebook* no biénio 2015-2016.

Para a concretização do nosso objetivo optamos por recorrer a um modelo de estudo misto (Coutinho, 2015, p. 360), assente numa abordagem qualitativa (Aires, 2015, p. 13; Coutinho, 2015, pp. 28–30) e quantitativa (Coutinho, 2015, pp. 26–28; Vilelas, 2009, p. 103), que, através da utilização da técnica de análise de conteúdo, nos permitisse observar, descrever, interpretar e avaliar a cobertura dada pelos *media*, no biénio 2015-2016, à atividade, produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social *Facebook*.

Considerando o carácter multifacetado dos *media* no âmbito da nova realidade imposta pelo acelerado desenvolvimento tecnológico na Era da Informação (Soares, 2006, p. 81), o *corpus* que serviu de base à investigação que aqui apresentamos é constituído pelas notícias publicadas nas páginas dos Órgãos de Comunicação Social (OCS)⁷⁵ de língua portuguesa na WWW cujo

⁷⁵ Para efeitos da presente investigação e em linha com a proposta de reflexão apresentada em 2014 pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) (Durães, 2014), optamos por incluir no conceito de OCS todos os atores na WWW que produzam, agreguem e/ou difundam informação de conteúdos de *media*, obedecendo, entre outros aspetos, aos métodos de trabalho típicos dos OCS no ciberespaço.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

foco se centre na PSP e, mais concretamente, nos conteúdos produzidos e partilhados por aquela força de segurança, nos anos 2015 e 2016, na sua página institucional do *Facebook*.

Categoria	Descrição
<i>Reativa</i>	Inclui todos os resultados de pesquisa referentes a notícias publicadas nas páginas dos OCS de língua portuguesa na WWW cujo foco se centre nos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP no <i>Facebook</i> relacionados com a reação desta força policial a crimes, acidentes, atentados e eventos de natureza diversa, que, pelas suas características e impacto, representem um perigo para a sociedade em geral e afetem negativamente o sentimento de segurança.
<i>Preventiva</i>	Inclui todos os resultados de pesquisa referentes a notícias publicadas nas páginas dos OCS de língua portuguesa na WWW cujo foco se centre nos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP no <i>Facebook</i> de natureza preventiva, que, pelas suas características, influenciem positivamente o sentimento de segurança dos cidadãos, designadamente a nível da prevenção da criminalidade, da prevenção rodoviária e da proximidade ao cidadão, entre outros.
<i>Generalista</i>	Inclui todos os resultados de pesquisa referentes a notícias publicadas nas páginas dos OCS de língua portuguesa na WWW cujo foco se centre nos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP no <i>Facebook</i> não integrados nas restantes categorias, onde, entre outros, se destacam aqueles que estão relacionados com o esforço que as forças policiais fazem para acompanhar as tendências sociais do momento.
<i>Neutra</i>	Inclui todos os resultados de pesquisa referentes a notícias publicadas nas páginas dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP cujo foco não se centre nos conteúdos produzidos e partilhados por aquela força de segurança no <i>Facebook</i> .

Tabela 6 – Categorias definidas para enquadramento da cobertura noticiosa dos OCS aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na rede social Facebook.

Uma vez que as notícias publicadas pelos OCS sobre a PSP e a sua atividade não se centram exclusivamente nos conteúdos produzidos e partilhados por aquela força policial no *Facebook*, com vista a facilitar o trabalho de recolha, tratamento e análise de informação, optámos por agrupar os mesmos em quatro grandes categorias, que, na nossa perspetiva, permitem um melhor enquadramento da cobertura noticiosa sobre a PSP e a sua atividade comunicacional na referida plataforma de sociabilidade. Assim, as categorias a considerar para o enquadramento da cobertura noticiosa sobre a PSP e a sua atividade comunicacional na rede social *Facebook* são (Tabela 6): *Reativa* (Anexo JJ), *Preventiva* (Anexo KK), *Generalista* (Anexo LL) e *Neutra* (MM).

A recolha, tratamento e análise da cobertura noticiosa dos OCS sobre os conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na plataforma de sociabilidade em linha *Facebook* foi feita através do recurso à técnica de observação não participante (Coutinho, 2015, pp. 136–139; Rivero, 2008, pp. 68–70), em que o investigador, enquanto observador externo, se limita, com base nas categorias supra referidas, cujas respetivas descrições se apresentam na Tabela 6, a recolher, tratar e analisar as mencionadas notícias (Coutinho, 2015, p. 138).

Tendo em linha de conta que, conforme referem Quivy e Campenhoudt (2005, p. 226), só através do recurso à utilização de métodos construídos e estáveis é que será possível ao investigador elaborar uma interpretação que não tome como referencial os seus próprios valores e representações, o tratamento e análise dos dados recolhidos foi feito, numa perspetiva de isenção

científica (Sousa, 2016, p. 41), com recurso ao programa informático *Microsoft Excel*[®].

A pesquisa na WWW da cobertura noticiosa aos conteúdos sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook* foi feita através da utilização da ferramenta *Google*, que, conforme referem Vise e Malseed (2007, p. 11), permite a procura de dados imediatos sobre qualquer temática ou conteúdo em mais de cem línguas. Deste modo, através da inserção das palavras ou expressões que se pretende pesquisar na caixa de texto disponibilizada para o efeito, a plataforma *Google* permite, nomeadamente através das opções disponibilizadas por baixo do aludido campo de pesquisa após a apresentação dos respetivos resultados, filtrar, por intervalo temporal e no separador de "Notícias", todos os conteúdos noticiosos que contenham as palavras ou expressões pretendidas, oferecendo ainda a possibilidade de ocultar as eventuais duplicações de resultados na pesquisa efetuada (Anexo NN).

Neste sentido, considerando que se pretende uma amostra firmada em critérios rigorosos que represente o universo global dos conteúdos noticiosos publicados pelos aludidos OCS na WWW cujo foco se centre na PSP e, mais concretamente, na sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook*, foram consideradas como objeto de análise todas as notícias publicadas, nos anos 2015 e 2016, sobre aquela força de segurança que, direta ou indiretamente, se relacionem com os conteúdos produzidos e partilhados pela mesma na mencionada plataforma de sociabilidade.

Assim, com vista à obtenção dos conteúdos noticiosos pretendidos, foram pesquisadas as seguintes palavras-filtro/expressões exatas⁷⁶ no referido campo de pesquisa da plataforma *Google*:⁷⁷

- "Polícia de Segurança Pública";
- "PSP";
- "Redes Sociais";
- "Facebook".

Contudo, uma vez que a simples pesquisa individualizada das referidas palavras-filtro/expressões exatas na plataforma *Google* devolveu um elevado número de resultados que, pela sua quantidade, obstava ao sucesso do nosso trabalho de recolha, tratamento e análise de informação, optamos por, aproveitando as capacidades oferecidas pela ferramenta de pesquisa em apreço na WWW (Vise e Malseed, 2007, pp. 323–327), realizar uma pesquisa avançada e o mais abrangente possível que incluisse o conjunto das aludidas expressões em cada um dos anos em análise, tendo a mesma resultado na seguinte conjugação de palavras-filtro/expressões exatas a pesquisar:

- "Polícia de Segurança Pública", "PSP", "Redes Sociais" e "Facebook".

⁷⁶ De acordo com Vise e Malseed (2007, p. 323), sempre que a precisão interesse deverão colocar-se as palavras/expressões pretendidas entre aspas para que os resultados da pesquisa correspondam aos conteúdos que contêm exatamente as palavras/expressões pesquisadas.

⁷⁷ As pesquisas na plataforma *Google* dos conteúdos noticiosos relativos aos anos de 2015 e 2016 foram efetuadas em 7 e 13 de agosto de 2017, respetivamente.

No entanto, pela sua abrangência, esta conjugação de palavras-filtro/expressões exatas pesquisadas continuou a não conseguir dar resposta à nossa necessidade de obtenção de uma amostra que representasse o universo global da cobertura noticiosa feita pelos mencionados OCS na WWW cujo foco se centre, direta ou indiretamente, na PSP e, mais concretamente, na sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook*. Deste modo, com vista à obtenção da amostra pretendida, optámos por ajustar a pesquisa efetuada, centrando o escopo naquele que é o nosso objeto de investigação no período temporal correspondente ao biénio 2015-2016, tendo a mesma ficado reduzida à seguinte conjugação de palavras-filtro/expressões exatas a pesquisar:

- "*Polícia de Segurança Pública*", "*PSP*" e "*Facebook*".

Esta última pesquisa efetuada com a ferramenta *Google* devolveu um conjunto total 372 resultados para o ano de 2015⁷⁸ (Anexo OO) e de 942 para 2016⁷⁹ (Anexo PP), num total conjunto de 1.314 resultados que continham as palavras-filtro/expressões exatas pesquisadas.

Realizada a apresentação da abordagem de estudo escolhida, do *corpus* que serviu de base à investigação desenvolvida e da metodologia utilizada, passamos de seguida à análise e discussão dos resultados obtidos através da análise de conteúdo, centrada no biénio 2015-2016, da cobertura noticiosa dos *media* aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional na rede social *Facebook*.

Na Tabela 7 apresenta-se o resumo dos resultados obtidos nos anos 2015 e 2016, segundo as palavras-filtro/expressões exatas utilizadas na pesquisa supra mencionada.

⁷⁸ No que respeita ao total de conteúdos noticiosos apurados na pesquisa relativa ao ano de 2015, importa referir que não foram consideradas 163 notícias em virtude de não conterem no discurso produzido nenhuma das palavras-filtro/expressões exatas "*Polícia de Segurança Pública*" ou "*PSP*", cuja presença seria fundamental para poderem ser consideradas no nosso universo global de notícias para recolha, tratamento e análise de informação no âmbito da presente investigação.

⁷⁹ Em relação ao total de conteúdos noticiosos apurados na pesquisa relativa ao ano de 2016, destaca-se o facto de, à semelhança do procedimento adotado no ano de 2015, não terem sido consideradas 182 notícias em virtude de não conterem no discurso produzido nenhuma das palavras-filtro/expressões exatas "*Polícia de Segurança Pública*" ou "*PSP*", cuja presença seria fundamental para poderem ser consideradas no nosso universo global de notícias para recolha, tratamento e análise de informação no âmbito da presente investigação. Para além dos conteúdos noticiosos em apreço, não foram também consideradas 16 notícias que, embora contendo as palavras-filtro/expressões exatas em questão, não diziam respeito à força de segurança portuguesa sobre a qual centramos o nosso estudo no âmbito da presente dissertação.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Ano de Publicação das Notícias	Conteúdos Noticiosos que contêm as palavras-filtro/expressões exatas "Polícia de Segurança Pública", "PSP" e "Facebook"	Conteúdos Noticiosos que contêm apenas as palavras-filtro/expressões exatas "Polícia de Segurança Pública" e "PSP"
2015	23	349
2016	138	804

Tabela 7 – Resumo dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social Facebook no biénio 2015-2016, segundo as palavras-filtro/expressões exatas utilizadas (Anexos OO e PP).

De acordo com a informação na Tabela 7, dos 372 resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook* em 2015, 23 correspondem a conteúdos que contêm as palavras-filtro/expressões exatas "*Polícia de Segurança Pública*", "*PSP*" e "*Facebook*".

Em relação ao ano de 2016, dos 942 resultados obtidos na referida pesquisa, 138 correspondem a conteúdos que contêm as palavras-filtro/expressões exatas "*Polícia de Segurança Pública*", "*PSP*" e "*Facebook*".

Estes resultados referentes aos conteúdos pesquisados no biénio 2015-2016 que contêm as mencionadas palavras-filtro/expressões exatas, conforme previsto na metodologia escolhida para a recolha, tratamento e análise de informação no âmbito do estudo aqui apresentado, foram distribuídos, em função do seu foco/objeto, para efeitos de enquadramento da cobertura noticiosa sobre a PSP e a sua atividade comunicacional na plataforma de sociabilidade *Facebook* (Tabela 6), como pertencentes a uma das seguintes categorias (Tabela 8 e Anexos QQ e RR): *Reativa*, *Preventiva* ou *Generalista*.

No que concerne aos resultados da aludida pesquisa que, embora contendo as palavras-filtro/expressões exatas "*Polícia de Segurança Pública*" e "*PSP*", não contemplavam a referência à rede social "*Facebook*", importa referir que totalizaram 349 conteúdos em 2015 e 804 no ano de 2016, tendo-lhes sido atribuída, para efeitos de enquadramento da cobertura noticiosa sobre a PSP e a sua atividade comunicacional na plataforma de sociabilidade *Facebook* (Tabela 6), a categoria *Neutra* (Tabela 8).

A Tabela 8 apresenta o resumo dos resultados obtidos nos anos 2015 e 2016, segundo a respetiva categorização das notícias.

Ano de Publicação das Notícias	Categoria das Notícias				Total de Publicações
	Reativa	Preventiva	Generalista	Neutra	
2015	1	21	1	349	372
2016	8	51	79	804	942

Tabela 8 – Resumo da distribuição dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social Facebook no biénio 2015-2016, segundo a respetiva categorização das notícias (Anexos QQ e RR).

Através da análise dos dados constantes na Tabela 8, verifica-se que dos 372 resultados apurados na mencionada pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook*, 1 integra-se na categoria *Reativa*, 21 na *Preventiva*, 1 na *Generalista* e 349 na *Neutra*.



Gráfico 19 – Distribuição percentual dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook* em 2015, segundo a respetiva categorização das notícias.

Fonte: Google, 2017 (elaboração própria).

No que respeita à distribuição percentual do total da amostra de conteúdos noticiosos referentes ao ano de 2015 (N=372) (Gráfico 19), constata-se que 0,54% dos conteúdos referem-se a notícias categorizadas como *Reativas* e *Generalistas*, e que 5,65% dos conteúdos noticiosos são da categoria *Preventiva*. As notícias categorizadas como *Neutras* representaram 93,82% do total da amostra de conteúdos noticiosos em 2015.

Em relação ao ano de 2016, verifica-se que dos 942 resultados apurados na referida pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook*, 8 integram-se na categoria *Reativa*, 51 na *Preventiva*, 79 na *Generalista* e 804 na *Neutra*.

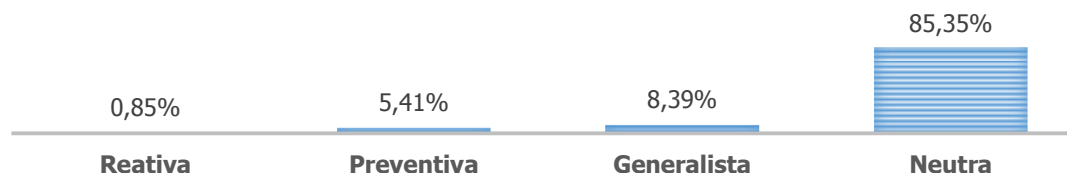


Gráfico 20 – Distribuição percentual dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook* em 2016, segundo a respetiva categorização das notícias.

Fonte: Google, 2017 (elaboração própria).

Relativamente à distribuição percentual do total da amostra de conteúdos noticiosos referentes ao ano de 2016 (N=942) (Gráfico 20), constata-se que 0,85% dos conteúdos referem-se a notícias categorizadas como *Reativas*, 5,41% a conteúdos da categoria *Preventiva* e 8,39% a notícias da categoria *Generalista*. As notícias categorizadas como *Neutras* representaram 85,35% do total da amostra de conteúdos noticiosos em 2016.

Deste modo, face aos resultados relativos ao biénio 2015-2016 que acabamos de apresentar, importa agora destacar aquelas que, em nosso entendimento, são as principais conclusões a retirar da análise à cobertura dada pelos *media* à PSP e, mais concretamente, à sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook*:

- No que concerne às notícias produzidas pelos OCS de língua portuguesa cujo foco se centra nos conteúdos produzidos e

partilhados pela PSP no *Facebook*, constata-se que no biénio 2015-2016 representaram apenas uma pequena parte do total de conteúdos noticiosos publicados sobre a força policial em apreço, tendo representado 6,18% do total da amostra apurada em 2015 (N=372) e 14,65% da amostra relativa a 2016 (N=942);

- Contudo, não obstante a sua pouca representatividade no total de notícias sobre a PSP no aludido biénio, verifica-se que, comparativamente com o ano anterior, em 2016 os *media* passaram a prestar uma maior atenção aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP no *Facebook*, com as notícias integradas nas categorias *Generalista* e *Preventiva* a aumentarem significativamente em quantidade e em representatividade na amostra de conteúdos noticiosos produzidos pelos referidos OCS nos anos em questão;
- Em nosso entendimento, tendo em conta os resultados apresentados no subcapítulo anterior, designadamente em relação à análise dos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no *Facebook*, este aumento da atenção dos *media* à atividade da força de segurança em questão na mencionada plataforma de sociabilidade poderá estar, em grande medida, interligado com a maior preponderância ganha pela página da PSP no *Facebook*, que, em 2016, apresentou um crescimento acentuado do número de interações com os conteúdos ali produzidos e partilhados, que se refletiu num aumento significativo do índice de interação de 10,99% em 2015 para 25,61% no ano de 2016.

3.3. Análise e discussão dos resultados das entrevistas individuais aos elementos ligados ao Gabinete de Imprensa e Relações Públicas da Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública

De acordo com Coutinho (2015, p. 139), a entrevista é uma das técnicas de recolha de dados que se integra no conjunto das chamadas técnicas de inquirição. Esta técnica visa a obtenção de informação através de questões, colocadas pelos investigadores aos sujeitos, que, segundo Coutinho (2015, p. 141), tanto podem ser abertas como fechadas ou, até mesmo, uma mistura de ambas as possibilidades.

No âmbito das ciências sociais e humanas, a utilização desta técnica de inquirição surge, normalmente, associada a planos de investigação qualitativa, tendo como objetivo fornecer ao investigador, através da realização de entrevistas junto de sujeitos cuidadosamente selecionados com base em critérios previamente definidos, informação primária, detalhada e profunda sobre determinado objeto/tópico (Coutinho, 2015, p. 139; Passeira, 2011, p. 29).

Assim, considerando que o principal objetivo da presente investigação é compreender em que medida a presença da PSP nas redes sociais da *Internet*, e mais concretamente no *Facebook*, contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e, não menos importante, para exponenciar a qualidade do serviço prestado por esta

força policial, a realização de entrevistas individuais aos elementos do GIRP da Direção Nacional da PSP, enquanto gestores da página institucional daquela força de segurança na rede social *Facebook*, assume-se como uma mais-valia para a concretização dos objetivos propostos no âmbito da presente dissertação, na medida em que, através da análise de conteúdo dos discursos produzidos no âmbito das mesmas, possibilitará efetuar uma avaliação qualitativa que permita, de um ponto de vista institucional, dar resposta às questões por nós colocadas no âmbito da presente investigação.

No que concerne à amostra de elementos do GIRP a entrevistar, importa referir que foi selecionada de forma intencional e não probabilística (Coutinho, 2015, p. 139), tendo em conta os cargos/funções desempenhados no biénio 2015-2016 pelos mesmos. Deste modo, a amostra escolhida é constituída por três elementos da carreira de Oficial de Polícia da PSP, que, no período em apreço, estavam colocados no GIRP com funções de direção, coordenação e/ou de gestão dos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional na plataforma de sociabilidade em linha *Facebook* (Tabela 9).

Entrevista (E)	Entrevistado	Género (F/M)	Cargo/Função no Biénio 2015-2016	Cargo/Função Atual
E1	Paulo de Jesus Marote Ornelas Flor	M	Diretor do GIRP (até fevereiro de 2016)/Subintendente	Comandante da 1. ^a Divisão Policial do Comando Metropolitano de Lisboa da PSP (COMETLIS)/Subintendente
E2	João Humberto Vieira Moura	M	Subcomissário/GIRP	Subcomissário/GIRP
E3	Hugo Alexandre de Jesus Palma	M	Diretor do GIRP (desde fevereiro de 2016)/Intendente	Diretor do GIRP/Intendente

Tabela 9 – Caracterização do universo de sujeitos selecionados para a realização de entrevistas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

Considerando que a entrevista, enquanto técnica de recolha de dados, assenta na aplicação de métodos fundamentais de comunicação e de interação humana que permitem ao investigador retirar, a partir dos discursos produzidos, elementos de reflexão importantes para a compreensão dos fenómenos que se pretendem estudar (Quivy e Campenhoudt, 2005, pp. 191–193), no contexto da presente dissertação e tendo em conta os seus objetivos, optámos por utilizar um conjunto de questões semidirigidas e relativamente abertas (Apêndice A), que, através da análise de conteúdo das respostas dos entrevistados, possibilitassem responder às perguntas por nós colocadas na presente investigação.

As entrevistas em apreço foram realizadas presencialmente (Tabela 10), tendo sido gravadas num ficheiro áudio em suporte digital e transcritas em suporte físico, que faz parte integrante da presente dissertação (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

E	Data	Hora	Local
E1	27-04-2017	11:00	1.ª Divisão Policial do COMETLIS
E2	28-04-2017	15:45	GIRP/Direção Nacional da PSP
E3	05-06-2017	14:00	GIRP/Direção Nacional da PSP

Tabela 10 – Data, hora e local de realização das entrevistas ao universo de sujeitos selecionados (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

Assim, efetuada a apresentação da abordagem de estudo escolhida, do *corpus* que serviu de base à investigação desenvolvida e da metodologia utilizada, passamos de seguida à análise e discussão dos resultados obtidos através da análise de conteúdo das entrevistas realizadas à amostra selecionada de sujeitos que, no biénio 2015-2016, estavam colocados no GIRP com funções de direção, coordenação e/ou de gestão dos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional na rede social *Facebook*.

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
1	No contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, qual considera ser o <i>medium</i> que, mais facilmente, contribui para um maior estreitamento das relações de proximidade com o cidadão?	E1	No que respeita à versão eletrónica da proximidade, o <i>Facebook</i> é claramente a rede social em Portugal que responde melhor a essas exigências e a essa proximidade, estando acima de outras redes sociais, como o <i>Twitter</i> , o <i>Snapchat</i> , o <i>Instagram</i> e outras que vão aparecendo.
		E2	Em termos de <i>media</i> , em Portugal a televisão continua a ser o « <i>leitmotiv</i> », principalmente para “ <i>targets</i> ” de adultos, terceira e quarta idade. No entanto, o <i>Facebook</i> tem uma forte implementação, permitindo abranger não só as referidas faixas etárias cobertas pela televisão, mas também as franjas mais jovens do público.
		E3	Atualmente, o <i>Facebook</i> surge como o grande meio que consegue dar resposta a esse desiderato. Tem uma grande implementação a nível nacional, é a rede social com mais utilizadores e está muito à frente das suas concorrentes.

Tabela 11 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 1 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

No que respeita à questão 1 (Tabela 11), constatou-se que a maioria dos entrevistados considera que o *medium* que, mais facilmente, contribui para um maior estreitamento das relações de proximidade com o cidadão é a plataforma de sociabilidade em linha *Facebook*. Apenas um dos entrevistados referiu (E2) considerar que a televisão continua a ser o principal meio de comunicação social com vista a facilitar o estreitamento das relações de proximidade com o cidadão, embora reconheça também a importância e o potencial da aludida rede social na concretização desse desiderato, designadamente junto do público mais jovem. Todos inquiridos referem a forte implementação do *Facebook* e o número de utilizadores que congrega como fatores decisivos para facilitar o estreitamento das relações de proximidade com o cidadão no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
2	Em que medida é que a presença da PSP nas plataformas de sociabilidade em linha, habitualmente designadas como redes sociais, contribui para promover a imagem institucional da organização?	E1	Tendo em consideração a sua forte implementação e utilização nas sociedades contemporâneas, as redes sociais, e mais concretamente o <i>Facebook</i> , permitem à PSP estar onde estão as pessoas, oferecendo, pela sua transversalidade holística, a capacidade de falar para toda a gente e além das fronteiras portuguesas, contribuindo não só para a notoriedade da organização, mas também para criar e maximizar o valor de marca da PSP, colocando-a no mesmo patamar de outras marcas privadas, que, embora não sendo concorrentes, querem associar-se a esta força de segurança para comunicar.
		E2	Na continuidade da estratégia adotada no terreno de policiamento de proximidade, como acontece na página de <i>Facebook</i> da PSP; no " <i>engagement</i> " e prevenção na rede digital através de " <i>posts</i> " altamente diversificados, que vão desde a informação institucional a questões de cortes de trânsito, eventos e conselhos de segurança, entre outros; na criatividade a nível da produção e partilha de conteúdos que, tendo em conta os " <i>trending topics</i> " do momento, procuram ligar os utilizadores das redes sociais aos valores da PSP, como acontece no caso da página institucional desta força de segurança no <i>Facebook</i> , que é gerida com base num processo de constante inovação e flexibilidade.
		E3	Através da lógica do que estava por detrás do policiamento de proximidade, marcando presença e procurando fazer parte da comunidade, neste caso nas redes sociais, que mais não são do que gigantescas comunidades: não é possível estar no <i>Facebook</i> , que é a rede com que a PSP mais trabalha, numa simples lógica de publicidade e de demonstrar o que é feito pela mesma, mas sim numa lógica de interação, de partilha de momentos bons/maus, de emoções, de risos, de estar dentro daquilo que são as modas e os " <i>trends</i> " da " <i>net</i> ". Só desta forma é que é possível conseguir, de facto, comunicar e promover a imagem da instituição, construindo uma marca/instituição em que as pessoas acreditam, mesmo quando confrontadas com os aspetos negativos que possam surgir no dia-a-dia.

Tabela 12 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 2 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

Em relação à questão 2 (Tabela 12), verificou-se que todos entrevistados consideram que a presença da PSP nas plataformas de sociabilidade em linha, habitualmente designadas como redes sociais, contribui para promover a imagem institucional da organização. Entre as principais razões apontadas para esta constatação, destacam-se as seguintes:

- A forte implementação e utilização das redes sociais nas sociedades contemporâneas;
- O potencial comunicacional, de interação e de partilha que as redes sociais em linha, e mais concretamente o *Facebook*, oferecem, que, para além facilitar a comunicação da PSP com os cidadãos, assim como a aproximação desta força de segurança aos mesmos, contribui para exponenciar a notoriedade da organização e para

criar/maximizar o valor de marca da PSP, colocando-a no mesmo patamar de outras marcas privadas;

- A continuação no ciberespaço da estratégia de policiamento de proximidade implementada no terreno, nomeadamente através da presença nas redes sociais, onde, como acontece na página institucional da PSP no *Facebook*, são produzidos e partilhados conteúdos diversificados que vão desde a informação institucional a questões de cortes de trânsito, passando pelos “*trending topics*” do momento, até aos eventos e conselhos de segurança, entre outros.

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
3	Considera que a presença da PSP nas redes sociais contribui para potenciar a comunicação com o cidadão e, em última análise, aumentar a proximidade ao mesmo?	E1	Sim. Veja-se o caso da presença da PSP no <i>Facebook</i> que veio facilitar a comunicação entre as pessoas e esta força policial, abrindo-lhes a porta da organização sem, no entanto, as convidar a entrar fisicamente numa esquadra, onde se poderiam sentir constrangidas por força do enquadramento socio-local. Esta presença permitiu às pessoas comunicarem com a PSP, tendo sempre a noção de que ao fazerem-no teriam uma resposta com vista a tentar identificar e resolver o seu problema.
		E2	Sim, sem dúvida. Não só na resposta aos comentários e conteúdos partilhados, mas também às mensagens privadas recebidas, como acontece no caso da página da PSP no <i>Facebook</i> , onde esta interatividade de pergunta-resposta acaba por estimular aquela página na mencionada rede social enquanto fonte oficial e órgão de informação e comunicação da organização.
		E3	Sim, claramente. É nas redes sociais que se tem de estar, porque elas permitem a comunicação sem filtro. Nos <i>media</i> tradicionais o tempo tem que ser disputado, enquanto nas redes sociais é criado por nós.

Tabela 13 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 3 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

No que concerne à questão 3 (Tabela 13), verifica-se que a totalidade dos entrevistados considera que a presença da PSP nas redes sociais contribui para potenciar a comunicação com o cidadão e, em última análise, aumentar a proximidade ao mesmo. Entre as razões apontadas para esta constatação, destaca-se a possibilidade de comunicação em tempo real oferecida pelas aludidas plataformas de sociabilidade na *Internet*, que, para além de exponenciarem, como acontece no caso do *Facebook*, a capacidade de comunicação da PSP com os cidadãos e destes com aquela organização, facilitam também as relações de proximidade entre ambos através do ciberespaço.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
3.1	Se respondeu afirmativamente, qual considera ser a rede social com maior potencial para esse efeito?	E1	É claramente o <i>Facebook</i> , tanto em termos de notoriedade como de marca.
		E2	O <i>Facebook</i> e, crescentemente, o <i>Instagram</i> .
		E3	Embora veja potencialidades noutras redes sociais, como o <i>Instagram</i> , o <i>Facebook</i> é claramente a que tem maior potencial.

Tabela 14 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 3.1 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

Relativamente à questão 3.1 (Tabela 14), constata-se que a totalidade dos entrevistados considera que a rede social com maior potencial para promover a comunicação da PSP com o cidadão e, em última análise, aumentar a proximidade ao mesmo é o *Facebook*. No entanto, importa também destacar o reconhecimento das potencialidades oferecidas nesta área pela plataforma de sociabilidade em linha *Instagram* (E2 e E3).

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
4	Numa época em que os cidadãos são cada vez mais utilizadores ativos das novas dinâmicas tecnológicas digitais, considera que a presença da PSP nas redes sociais facilita a resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?	E1	O sentimento de segurança é um sentimento subjetivo, contudo há um contributo inequívoco das redes sociais para o reforço do mesmo. O <i>Facebook</i> ajudou a mostrar à sociedade o notório envolvimento da PSP com a comunidade, assim como a comunicar as ações desenvolvidas por esta força de segurança a nível operacional.
		E2	Sim, no atual paradigma, as fronteiras entre o mundo digital e o mundo real estão cada vez mais esbatidas, razão pela qual, no sentido de esclarecer e de marcar presença e proximidade, se torna muito importante a presença da PSP nas redes sociais.
		E3	Sim, embora o sentimento de segurança seja subjetivo, há mensagens importantes que, pelo seu potencial alcance, devem ser passadas pela PSP nas redes sociais, como acontece na sua página institucional no <i>Facebook</i> .

Tabela 15 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 4 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

No que respeita à questão 4 (Tabela 15), verifica-se que, apesar da subjetividade associada ao sentimento de segurança, a totalidade dos entrevistados considera que, numa época em que os cidadãos são cada vez mais utilizadores ativos das novas dinâmicas tecnológicas digitais, a presença da PSP nas redes sociais facilita a resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança. Entre as razões apontadas para esta constatação, destacam-se as possibilidades oferecidas em termos de comunicação, facilitando não só a proximidade e o envolvimento desta força de segurança com a comunidade, mas também a comunicação da sua atividade operacional à sociedade.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
5	De que forma a utilização das redes sociais pela PSP pode criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão?	E1	A PSP em de estar onde estão as pessoas. Se hoje as pessoas têm muito mais facilidade em solicitar um determinado tipo de ajuda através das redes sociais, torna-se necessário conseguir dar uma resposta concreta e objetiva a essas solicitações, tendo como fim reforçar a aproximação das pessoas à PSP.
		E2	Enquanto marca institucional, através da prestação de serviços à comunidade, da auscultação da sociedade e da análise das mensagens e das dúvidas que chegam por via das redes sociais à PSP.
		E3	Através da criação e desenvolvimento de outras formas de prestação de serviço policial ao cidadão, como acontece no caso do <i>Facebook</i> da PSP, que, cada vez mais, funciona como uma espécie de balcão de atendimento <i>online</i> , recebendo denúncias e reclamações através de mensagens enviadas pelas pessoas, às quais a PSP, apesar do acrescido volume de trabalho associado, procura dar resposta com a maior brevidade possível.

Tabela 16 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 5 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

Em relação à questão 5 (Tabela 16), constata-se que a totalidade dos entrevistados considera que a utilização das redes sociais pela PSP pode criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão, designadamente através da auscultação à comunidade e da prestação de serviços policiais a partir daquelas plataformas de sociabilidade na *Internet*, que respondam, de forma concreta e objetiva, às necessidades e anseios dos cidadãos.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
6	A presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais?	E1	Sim, pode. Designadamente através da resposta às necessidades e expectativas manifestadas pelas pessoas nas redes sociais. A PSP tem de ter a capacidade de monitorizar aquilo que se está a passar na rede social com vista a conseguir dar resposta às questões que lhe são colocadas, que, muitas vezes, começam por ser apenas de uma minoria ruidosa, rapidamente crescendo e evoluindo muito acima da mesma. O maior crescimento da PSP nas redes sociais deu-se quando começou a publicar os radares de velocidade em termos nacionais, oferecendo às pessoas um conjunto de conselhos e de medidas de prevenção, assim como o conhecimento antecipado dos locais onde estão os radares.
		E2	Sim, não só na questão de esclarecer e reencaminhar as mensagens para os departamentos certos, mas também para promover outras atividades, como seminários internacionais abertos à sociedade civil no ISCPSP e <i>workshops</i> sobre armas, entre outros. Há também aqui um espaço para a criatividade, nomeadamente através da partilha de conteúdos atrativos que, se estiverem associados a conselhos ou mensagens de segurança, poderão criar e reforçar o elo emocional entre o utilizador e a página da PSP na rede social, como acontece no caso do <i>Facebook</i> .
		E3	O ideal seria uma evolução no sentido do que está a ser a experiência inglesa, em que o " <i>Digital Policing</i> " é algo perfeitamente assumido, ultrapassando a mera lógica de comunicação e evoluindo para uma lógica de serviço digital e patrulhamento <i>online</i> . O futuro deverá ser esse, todas as forças de segurança terem um gabinete, núcleo ou departamento ligado ao " <i>Digital Policing</i> ".

Tabela 17 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 6 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

No que concerne à questão 6 (Tabela 17), constata-se que a totalidade dos entrevistados considera que a presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais. Contudo, um dos inquiridos (E3) deixa transparecer, através do discurso produzido na resposta à pergunta em apreço, que, embora o ideal seja evoluir de uma mera lógica de comunicação para uma lógica de serviço digital e patrulhamento *online*, essa não é ainda a realidade atual nas forças de segurança portuguesas.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
7	Considera que na PSP existe o <i>know-how</i> necessário para aproveitar o potencial destas novas formas de relacionamento social através das redes sociais?	E1	Olhando objetivamente aos recursos humanos, para a PSP é um orgulho perceber que está onde está nas redes sociais exclusivamente com polícias. A PSP percebeu que é muito mais fácil crescer se conseguir valorizar, formar e adaptar os seus recursos humanos, fazendo deles alguém que pode capitalizar a marca da organização. A PSP tem licenciados em <i>marketing</i> e em comunicação, entre outras áreas, que lhe permitem dar resposta às necessidades de <i>know-how</i> para aproveitar o potencial das novas formas de relacionamento social através das redes sociais, o que contribui para alavancar a capacidade da instituição em termos de continuidade do crescimento da marca e da notoriedade da organização nas mencionadas plataformas de sociabilidade na <i>Internet</i> .
		E2	Não, a PSP está a 30% da sua capacidade de aproveitamento do potencial das novas formas de relacionamento social através das redes sociais. Tem <i>Youtube</i> , <i>Facebook</i> e <i>Twitter</i> . No entanto, aquilo que é a produção audiovisual, a criação de conteúdos, alimentar o <i>Instagram</i> e o <i>Snapchat</i> , e inovar, não está na sua máxima potencialidade. O <i>know-how</i> existe, mas haveria vantagem em reforçar a equipa do GIRP para ter pessoas exclusivamente dedicadas a determinadas áreas.
		E3	Não, neste momento, a PSP tem algum <i>know-how</i> , mas ainda é necessário mais para retirar um melhor aproveitamento das redes sociais.

Tabela 18 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 7 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

Relativamente à questão 7 (Tabela 18), constata-se que a maioria dos entrevistados considera que não existe ainda na PSP o *know-how* necessário para aproveitar o potencial das novas formas de relacionamento social através das redes sociais. Contudo, um dos inquiridos (E1) considera que esse *know-how* existe e que a PSP tem os recursos humanos necessários, com formação nas áreas do *marketing* e da comunicação, entre outras, para colmatar as possíveis necessidades nesta área.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
7.1	É importante investir na formação de especialistas nesta área dentro da PSP?	E1	É cada vez mais relevante. O caminho é a especialização. Tem de se ter a noção e a capacidade de perceber que uma presença forte e cimentada nas redes sociais exige uma formação específica, que permita à organização adaptar-se para enfrentar a grande volatilidade e mudança destas plataformas de sociabilidade, assim como das novas realidades e tendências a elas associadas.
		E2	Sim. Pode existir a possibilidade de recorrer a aconselhamento de especialistas externos, que, no entanto, não têm a cultura da instituição. O ideal seria a organização adaptar, a nível daquilo que é a estratégia de comunicação e da presença nas diferentes redes, os conselhos de quem já trabalha nesta área na PSP com a visão de um conselheiro externo.
		E3	Sim, claramente. Se a PSP quer potenciar as suas capacidades comunicacionais através da utilização das diferentes redes sociais e ter, para além da comunicação na Direção Nacional, os Comandos com páginas de <i>Facebook</i> , terá de fazer um investimento nesta área, como fez há alguns anos atrás com cursos de comunicação para preparar os seus profissionais a nível do contato e relacionamento com os <i>media</i> .

Tabela 19 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 7.1 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

Em relação à questão 7.1 (Tabela 19), constata-se que a totalidade dos entrevistados considera que é importante a PSP investir na formação de especialistas na área das redes sociais dentro da PSP, com vista a garantir um melhor aproveitamento do potencial comunicacional destas plataformas de sociabilidade na *Internet*.

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
8	De que modo a PSP pode rentabilizar as novas dinâmicas tecnológicas na transmissão de informação ao cidadão?	E1	Através do aproveitamento do <i>know-how</i> existente e da especialização dos recursos humanos, de forma a garantir que a informação e a mensagem que se pretende passar é exatamente aquela que a organização quer fazer chegar ao conjunto de pessoas com quem a PSP lida diretamente.
		E2	Estimulando aquilo que são as fontes oficiais, esclarecendo, fazendo uma auscultação daquilo que são os boatos, que muitas vezes os jornalistas noticiam sem ter a certeza, e utilizando as tecnologias de informação para trabalhar a favor da organização e equilibrar a balança.
		E3	Mais do que aquilo que poderá ser feito, é o que já é feito. Há muito trabalho de divulgação que a PSP consegue fazer, ligando-se a determinados momentos e acontecimentos que marcam o momento no espaço público. Assim, aumentando a presença da organização nas redes conseguirá chegar-se a um universo maior de pessoas, o que aumentará a capacidade da PSP para prevenir e estar presente.

Tabela 20 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 8 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

No que respeita à questão 8 (Tabela 20), relativa ao modo como a PSP poderá rentabilizar as novas dinâmicas tecnológicas na transmissão de informação ao cidadão, constata-se que os inquiridos consideram que o caminho passará pelo aproveitamento do *know-how* existente na organização e pela especialização dos recursos humanos, assim como pela continuidade e reforço do trabalho que a PSP já vem fazendo nas redes sociais, procurando aproveitar o potencial das plataformas em apreço para chegar a um maior número de pessoas, aumentar a proximidade e a vertente de prevenção, e informar e esclarecer os cidadãos sobre determinados momentos e acontecimentos que marcam a atualidade, sempre numa perspetiva de utilização das tecnologias de informação e de comunicação para trabalhar a favor da organização e equilibrar a balança num espaço público altamente mediatizado, em que a qualidade da informação que circula nem sempre é a melhor.

N.º	Questão	E	Análise de Conteúdo da resposta
9	Considera que a presença da PSP na rede social <i>Facebook</i> contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma?	E1	Literalmente, sim. Mais do que falarmos de uma marca ou de um conjunto de atividades operacionais, é determinante que a polícia se humanize cada vez mais e que o empenho que praticou em determinado tipo de envolvimento operacional, com reflexos inequívocos para a imagem da PSP, apareça nas redes sociais. Se a PSP conseguir continuar a humanizar os seus recursos humanos e a sua marca, a construção do sentimento subjetivo de segurança será cada vez mais forte, tendo tendência e capacidade para crescer ainda muito mais.
		E2	Sim, definitivamente. É uma aposta ganha tanto em termos de comunicação interna como de comunicação externa, contribuindo, por um lado, para melhorar a imagem e o sentimento de pertença dos trabalhadores para com a instituição e, por outro, para melhorar a imagem externa da PSP.
		E3	Quanto às duas primeiras vertentes, a resposta é sim, na medida em que existe um contributo claro para a imagem e a proximidade. Quanto a exponenciar o serviço prestado, não se poderá dizer isso, porque mexe com perceções. Embora não seja possível alterar aquilo que são as estatísticas e a criminalidade, ao alterar as perceções em relação à polícia, à instituição e às pessoas que nela trabalham, de certa forma, pode-se falar de prestar um serviço. E é isso que se pretende, é que, de facto, essa pré-conceção e pré-disposição para olhar para a polícia como algo perfeitamente normal, seja tão normal como falar com alguém que está no café connosco ou numa loja, não tendo aquela sensação de receio que, às vezes, as pessoas têm quando vão a uma esquadra ou têm de falar com um polícia. Essa será a grande vitória a longo prazo.

Tabela 21 – Análise de conteúdo das respostas relativas à questão 9 das entrevistas realizadas (Apêndices A.1, A.2 e A.3).

No que concerne à questão 9 (Tabela 21), constata-se que a maioria dos inquiridos considera que a presença da PSP na rede social *Facebook* contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a

proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma. Contudo, em relação a esta última vertente, um dos entrevistados (E3) refere que não será possível afirmar que o faça, na medida em que é um aspeto que se relaciona com as perceções de cada um em relação à PSP e à sua presença na plataforma de sociabilidade em apreço.

3.4. Análise e discussão dos resultados do questionário anónimo *online* aplicado a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*

O questionário, tal como a entrevista, é uma das técnicas de recolha de dados que se integra no conjunto das designadas técnicas de inquirição, à qual o investigador recorre quando pretende inquirir um grande número de pessoas com vista a caracterizar os traços identificadores de determinada população em relação a qualquer ponto de interesse, implicando sempre, pelas suas características, a seleção de amostragens probabilísticas e surgindo, normalmente, associada a planos de investigação de carácter eminentemente quantitativo (Coutinho, 2015, p. 139; Quivy e Campenhoudt, 2005, p. 188).

Assim, considerando que o principal objetivo da presente investigação é compreender em que medida a presença da PSP nas redes sociais da *Internet*, e mais concretamente no *Facebook*, contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e, não menos importante, para exponenciar a qualidade do serviço prestado por esta força policial, a aplicação de um questionário anónimo *online* a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet* assume-se como uma mais-valia para a concretização dos objetivos propostos no âmbito da presente dissertação, na medida em que, através dos indicadores quantitativos resultantes das respostas às questões ali colocadas, possibilitará efetuar uma avaliação qualitativa que permita compreender, por um lado, a perceção do público em relação à presença das FSS, e mais especificamente da PSP, nas redes sociais em linha e, por outro, a forma como aquele receciona as atividades desenvolvidas e os conteúdos produzidos e partilhados pelas mesmas naquelas plataformas da *Internet*.

No questionário em apreço foi utilizado um conjunto de 22 questões (Apêndice B), cujas respostas, com vista a facilitar o tratamento e sistematização dos dados recolhidos, foram objeto de pré-codificação, obrigando os inquiridos a escolherem as suas respostas de entre aquelas que lhe foram formalmente propostas (Quivy e Campenhoudt, 2005, p. 188).

Embora tradicionalmente a aplicação de questionários envolvesse o envio de um formulário em suporte de papel, com a proliferação dos computadores e a massificação da utilização da *Internet*, tornou-se possível proceder à administração dos mesmos através do recurso às novas tecnologias de informação e de comunicação, com ganhos visíveis em termos de economia de tempo e de custos (Coutinho, 2015, pp. 139–140). Neste sentido, o questionário em apreço, tendo em vista a sua administração *online* à referida amostragem não representativa de utilizadores da *Internet*, foi criado e

desenvolvido com recurso à plataforma *SurveyMonkey*[®], tendo sido distribuído por *e-mail* e partilhado através da rede social *Facebook*.

A aplicação do questionário em apreço teve lugar no período de 17 de abril a 16 de maio de 2017, tendo sido tratada de modo anónimo e confidencial toda a informação obtida no âmbito do mesmo.

Neste capítulo, importa ainda referir que, acompanhando Coutinho (2015, pp. 139–140), reconhecemos, desde já, as dificuldades inerentes à administração *online* de questionários, designadamente a nível das não respostas a algumas perguntas do questionário motivadas pelo facto dos inquiridos não levarem o preenchimento do mesmo até ao fim, fazendo, deste modo, com que o universo de sujeitos respondentes vá variando ao longo das diferentes questões. Contudo, para ultrapassarmos este obstáculo, no âmbito da presente investigação, optamos por identificar claramente os universos de respondentes e de não respondentes em cada uma das questões, sendo os resultados apresentados em cada pergunta os correspondentes ao universo de respostas efetivamente recolhidas na mesma.

Numa perspetiva de isenção científica (Sousa, 2016, p.41), o tratamento e a análise da informação recolhida através dos questionários em apreço foi feita com recurso às ferramentas disponibilizadas na plataforma *SurveyMonkey*[®] e ao programa informático *Microsoft Excel*[®].

Posto isto, efetuada a apresentação da abordagem de estudo escolhida, do *corpus* que serviu de base à investigação desenvolvida e da metodologia utilizada, passamos de seguida à análise e discussão dos resultados obtidos através da administração do questionário anónimo *online* à aludida amostra não representativa de utilizadores da *Internet*.

No que respeita à caracterização da amostra de respondentes do questionário, segundo o escalão etário (Tabela 22), importa começar por referir que é composta por 382 sujeitos (N=382), sendo que 72 estão no intervalo etário dos 18-25 anos (18,85%), 78 estão no escalão dos 26-35 anos (20,42%), 113 no intervalo dos 36-45 anos (29,58%), 63 têm entre 46-55 anos (16,49%) e 56 estão no escalão dos 56 ou mais anos de idade (14,66%).

Idade	Respostas	Representação Percentual
18-25	72	18,85%
26-35	78	20,42%
36-45	113	29,58%
46-55	63	16,49%
56 ou mais	56	14,66%
Total de respostas	382	
Total de não respostas	0	

Tabela 22 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado à amostra não representativa de utilizadores da *Internet*, segundo o escalão etário.

Da amostra de sujeitos supra referidos (N=382), 263 são do género feminino (68,85%) e 119 são do género masculino (31,15%) (Tabela 23).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Género	Feminino (F)	Masculino (M)
Respostas	263	119
Representação Percentual	68,85%	31,15%
Total de respostas	382	
Total de não respostas	0	

Tabela 23 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado à amostra não representativa de utilizadores da Internet, segundo o género.

Em relação à distribuição da amostra de respondentes (N=382) segundo a nacionalidade (Tabela 24), constata-se que 373 têm nacionalidade portuguesa (97,64%), 2 são oriundos de outro país da União Europeia (0,52%) e que 7 responderam ter outra nacionalidade (1,83%). Neste último grupo, importa ainda referir que os países de origem especificados foram o Brasil (2), a Ucrânia (2), o Chile (1), os EUA (1) e São Tomé e Príncipe (1).

Nacionalidade	Respostas	Representação Percentual
Portuguesa	373	97,64%
De outro país da União Europeia	2	0,52%
Outro (especifique)	7	1,83%
Total de respostas	382	
Total de não respostas	0	

Tabela 24 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado à amostra não representativa de utilizadores da Internet, segundo a nacionalidade.

No que concerne à distribuição da amostra de sujeitos (N=382) segundo as habilitações escolares (Tabela 25), constata-se que 2 têm o Ensino Básico (0,52%), 95 têm o Ensino Secundário (24,87%), 9 têm Bacharelato (2,36%), 130 têm Licenciatura (34,03%), 92 têm Mestrado (24,08%) e 54 têm o Doutoramento (14,14%).

Habilitações Escolares	Respostas	Representação Percentual
Ensino Básico	2	0,52%
Ensino Secundário	95	24,87%
Bacharelato	9	2,36%
Licenciatura	130	34,03%
Mestrado	92	24,08%
Doutoramento	54	14,14%
Total de respostas	382	
Total de não respostas	0	

Tabela 25 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado à amostra não representativa de utilizadores da Internet, segundo as habilitações escolares.

Relativamente à distribuição da amostra de respondentes (N=382) segundo a situação profissional (Tabela 26), 77 são estudantes (20,16%), 125 são trabalhadores por conta de outrem (funcionário público) (32,72%), 90 são trabalhadores por conta de outrem (setor privado) (23,56%), 21 são trabalhadores independentes (5,50%), 24 são reformados/aposentados (6,28%), 19 são desempregados (4,97%) e 26 responderam ter outra situação profissional (6,81%). Neste último grupo, importa ainda referir que as profissões especificadas foram Bolseiro (9), Bolseiro de Investigação (5),

Bolseiro de Doutoramento (1), Bolseiro de Pós-Doutoramento (2), contrato a termo certo (1), doméstica/dona de casa (2), Funcionário Parlamentar (Assessor) (1), sem profissão por opção própria (1), Professor Universitário noutro país da União Europeia (1) e trabalhador-estudante (3).

Situação Profissional Atual	Respostas	Representação Percentual
Estudante	77	20,16%
Trabalhador por conta de outrem (funcionário público)	125	32,72%
Trabalhador por conta de outrem (setor privado)	90	23,56%
Trabalhador independente	21	5,50%
Reformado/aposentado	24	6,28%
Desempregado	19	4,97%
Outro (especifique)	26	6,81%
Total de respostas	382	
Total de não respostas	0	

Tabela 26 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado à amostra não representativa de utilizadores da Internet, segundo a situação profissional atual.

Efetuada a caracterização da amostra de respondentes do questionário (N=382), passamos de seguida à análise e discussão dos resultados obtidos através das respostas às questões relacionadas com o acesso à *Internet*, com o tipo de utilização e os modos de participação nas redes sociais, e com a avaliação da importância da presença das FSS, e mais especificamente da PSP, nas plataformas de sociabilidade em linha, em geral, e no *Facebook*, em particular.

Neste sentido, com vista a caracterizar, em termos de locais a partir de onde é feito o acesso e de frequência com que é feito esse acesso a partir desses locais, os hábitos de utilização das redes sociais na *Internet* por parte da amostra de sujeitos respondentes ao questionário em apreço, foi colocada a seguinte questão: “A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet?” (Gráfico 21).

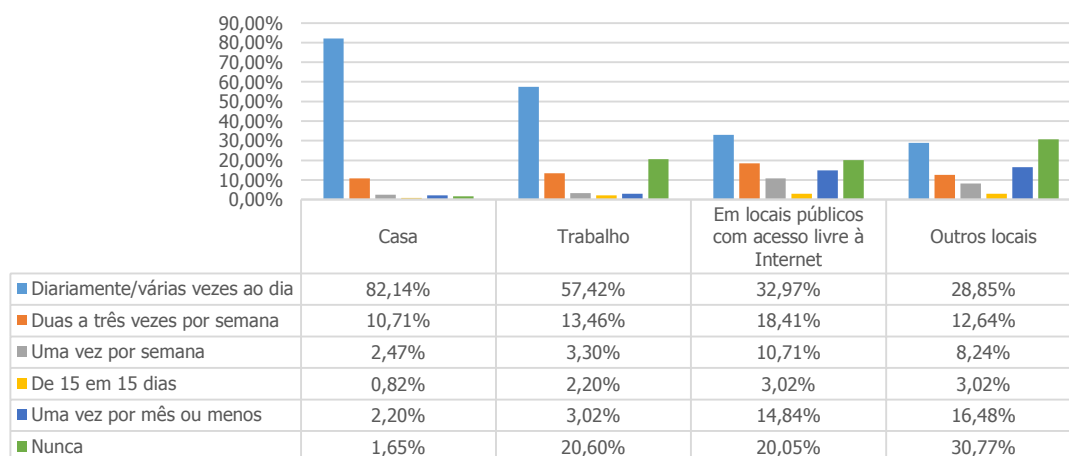


Gráfico 21 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão “A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet?” (Anexo SS).

A esta pergunta responderam 364 sujeitos da amostra total de respondentes ao questionário em apreço (N=382), tendo existido 18 não respostas à mesma (Anexo SS).

Em relação aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam à pergunta supra referida (n=364), destacam-se os seguintes (Gráfico 21):

- No que respeita ao acesso a partir de casa, destaca-se o facto de ser o mais representativo de entre o conjunto de locais indicados pelos inquiridos, com 82,14% dos sujeitos a referirem aceder diariamente/várias vezes ao dia às plataformas de sociabilidade em linha a partir desta localização e 10,71% a responderem fazê-lo duas a três vezes por semana;
- Relativamente ao acesso a partir do trabalho às redes sociais na *Internet*, destaca-se o facto de ser o segundo local mais referido pela amostra de respondentes, com 57,42% dos sujeitos a referirem aceder diariamente/várias vezes ao dia às plataformas de sociabilidade em questão a partir desta localização e 13,46% a responderem fazê-lo duas a três vezes por semana. Contudo, 20,60% dos sujeitos referiram nunca ter acedido às redes sociais na *Internet* a partir desta localização;
- No que concerne ao acesso às redes sociais em locais públicos com acesso livre à *Internet*, destaca-se o facto de 32,97% dos inquiridos terem respondido aceder diariamente/várias vezes ao dia às mesmas a partir desta localização, de 18,71% referirem fazê-lo duas a três vezes por semana e de 10,71% só o fazerem uma vez por semana. Todavia, importa também destacar que 20,05% dos respondentes referem nunca aceder às redes sociais a partir de locais públicos com acesso livre à *Internet* e que 14,84% só o dizem fazer uma vez por mês ou menos;
- Em relação ao acesso às redes sociais na *Internet* a partir de outros locais, 28,85% da amostra de respondentes referiu fazê-lo diariamente/várias vezes ao dia e 12,64% dos sujeitos responderam que o fazem duas a três vezes por semana. No entanto, 30,77% dos inquiridos responderam nunca aceder às redes sociais na *Internet* a partir de outros locais e 16,48% dizem fazê-lo apenas uma vez por mês ou menos.

Seguidamente, com vista a caracterizar, em termos de dispositivo digital utilizado e de frequência de uso do mesmo, os hábitos de utilização das redes sociais na *Internet* por parte da amostra de sujeitos respondentes ao questionário em apreço, foi colocada a seguinte questão: "*Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na Internet?*" (Gráfico 22).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

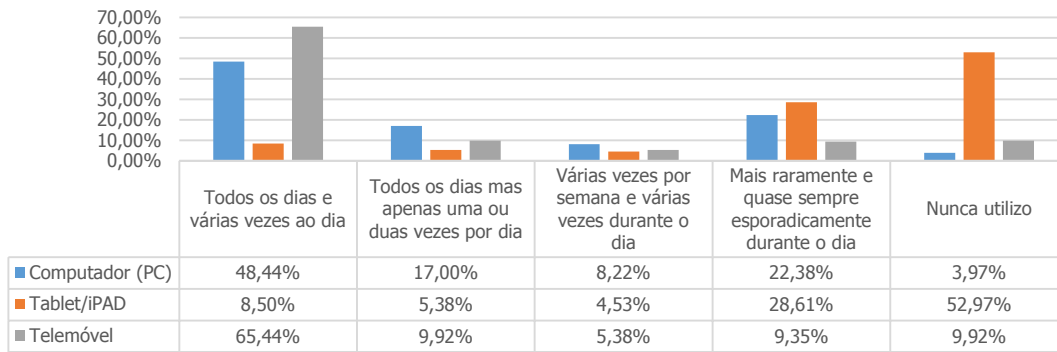


Gráfico 22 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão “Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na Internet?” (Anexo TT).

No que respeita a esta última pergunta, do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam 353 inquiridos, tendo existido 29 não respostas à mesma (Anexo TT).

Relativamente aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam à pergunta em apreço (n=353), destacam-se os seguintes (Gráfico 22):

- O telemóvel é o dispositivo digital mais utilizado pela amostra de respondentes ao questionário para aceder às redes sociais na *Internet*, com 65,44% dos sujeitos a responderem utilizá-lo todos os dias e várias vezes ao dia para esse efeito, e 9,92% dos inquiridos a responderem utilizar o mesmo todos os dias, mas apenas uma ou duas vezes por dia, para acederem às plataformas de sociabilidade em linha. Contudo, 9,92% dos inquiridos responderam nunca o utilizar para aceder às redes sociais na *Internet* e 9,35% dizem utilizá-lo mais raramente e quase sempre esporadicamente durante o dia para esse efeito;
- Seguidamente, o computador (PC) surge como o segundo dispositivo mais utilizado para aceder às redes sociais na *Internet*, sendo utilizado por 48,44% dos inquiridos todos os dias e várias vezes ao dia, e por 17,00% dos sujeitos todos os dias, mas apenas uma ou duas vezes por dia. No entanto, 22,38% dos respondentes disseram utilizar o PC mais raramente e quase sempre esporadicamente durante o dia para aceder às plataformas de sociabilidade em linha e 3,97% dos sujeitos responderam que nunca o utilizam para esse efeito;
- O *iPAD/ Tablet* é o menos utilizado pelos respondentes ao questionário para aceder às redes sociais na *Internet*, com 52,97% dos inquiridos a responderem nunca o utilizar para esse efeito e 28,61% a responderem utilizá-lo mais raramente e quase sempre esporadicamente durante o dia.

Neste capítulo, importa ainda referir que 3 inquiridos responderam aceder às redes sociais da *Internet* a partir de outros dispositivos e, pelo menos

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

numa das situações de forma expressa, com frequência diferente das previamente codificadas para responder à questão em apreço (Anexo TT).

Com o objetivo de caracterizar, em termos de motivação de utilização das redes sociais na *Internet* e de importância atribuída a essa utilização, os hábitos da amostra de sujeitos respondentes ao questionário em apreço, foi colocada a seguinte questão: “*Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?*” (Gráfico 23).

A esta pergunta, do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam 346 inquiridos, tendo existido 36 não respostas à mesma (Anexo UU).

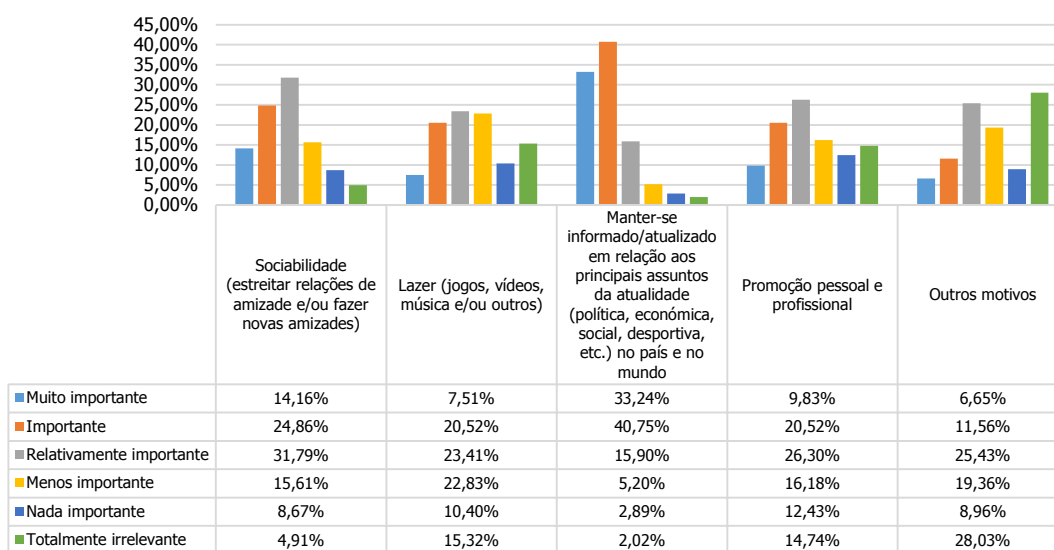


Gráfico 23 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão “Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?” (Anexo UU).

No que respeita aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam a esta questão (n=346), importa destacar os seguintes (Gráfico 23):

- A principal motivação dos inquiridos para a utilização das redes sociais na *Internet* é a de manter-se informado/atualizado em relação aos principais assuntos da atualidade (política, económica, social, desportiva, etc.) no país e no mundo. Este motivo foi indicado por 40,75% dos sujeitos da amostra de respondentes como sendo importante, como muito importante para 33,24% dos inquiridos e como relativamente importante para 15,90% dos respondentes;
- Em relação à utilização das redes sociais na *Internet* por motivo de sociabilidade (estreitar relações de amizade e/ou fazer novas amizades), é referida como sendo relativamente importante por 31,79% dos inquiridos, como importante por 24,86% dos sujeitos da amostra de respondentes e como muito importante por 14,16% dos inquiridos. Contudo, 15,61% dos sujeitos da amostra de respondentes consideram esta motivação menos importante;

- A utilização das redes sociais na *Internet* por motivo de lazer (jogos, vídeos, música e/ou outros) é referida como sendo relativamente importante para 23,41% dos inquiridos e como importante para 20,52% dos sujeitos da amostra de respondentes. No entanto, 22,83% dos inquiridos consideram ser menos importante a utilização das redes sociais na *Internet* por motivo de lazer (jogos, vídeos, música e/ou outros) e 15,32% consideram totalmente irrelevante a utilização das plataformas de sociabilidade em linha por esse motivo;
- No que respeita à utilização das redes sociais na *Internet* por motivo de promoção pessoal e profissional, é considerada como sendo uma motivação relativamente importante para 26,30% dos inquiridos e como importante para 20,52% da amostra de respondentes. Todavia, 16,18% dos inquiridos consideram esta motivação menos importante, 14,74% dos sujeitos consideram-na totalmente irrelevante e 12,43% dos respondentes responderam ser nada importante;
- Relativamente à utilização das redes sociais na *Internet* por outros motivos, 28,03% dos respondentes consideram ser totalmente irrelevante, 25,43% dos sujeitos responderam ser relativamente importante e 19,36% dos inquiridos consideram ser menos importante.

Com vista a caracterizar, em termos de plataforma de sociabilidade em linha mais utilizada, os hábitos de utilização das redes sociais na *Internet* da amostra de sujeitos respondentes ao questionário em apreço, foi colocada a seguinte questão: “Qual a rede social na *Internet* que utiliza?” (Gráfico 24).

A esta pergunta, do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam 346 inquiridos, tendo existido 36 não respostas à mesma (Anexo VV).

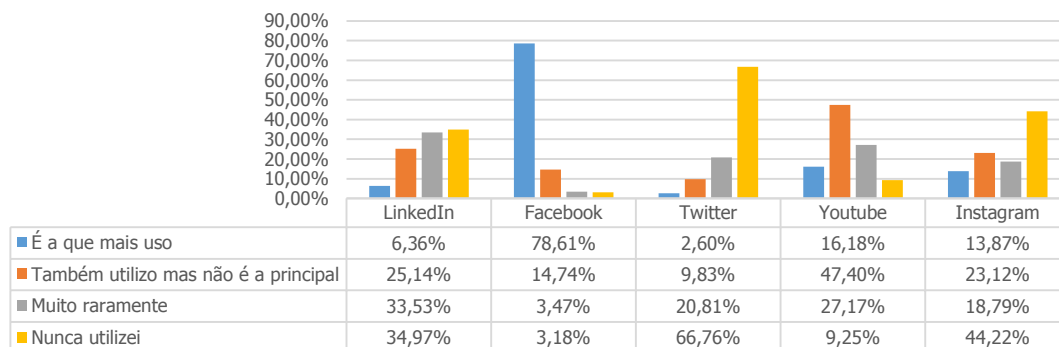


Gráfico 24 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*: resultados das respostas à questão “Qual a rede social na *Internet* que utiliza?” (Anexo VV).

No que concerne aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam a esta questão (n=346), importa destacar os seguintes (Gráfico 24):

- A larga maioria dos inquiridos respondeu que a rede social na *Internet* que mais utiliza é o *Facebook* (78,61%). O *YouTube* (16,18%) e o *Instagram* (13,87%) também estão entre as principais

plataformas de sociabilidade referidas como sendo as mais utilizadas pela amostra de sujeitos respondentes à questão em apreço;

- Relativamente às redes sociais na *Internet* que, embora sendo usadas, não são a principal opção dos inquiridos, destacam-se o *YouTube* (47,40%), o *LinkedIn* (25,14%) e o *Instagram* (23,12%);
- O *LinkedIn* surge como a rede social na *Internet* utilizada muito raramente pelos inquiridos (33,53%), sendo seguida pelo *YouTube* (27,17%) e pelo *Twitter* (20,81%);
- No que se refere às redes sociais na *Internet* nunca utilizadas pelos inquiridos, destacam-se o *Twitter* (66,76%), o *Instagram* (44,22%) e o *LinkedIn* (34,97%).

Ainda neste capítulo, importa referir que 11 inquiridos responderam aceder às seguintes redes sociais não disponíveis nas opções oferecidas para resposta à questão colocada (Anexo VV): *Pinterest*, *Whatsapp*, *Snapchat*, *Academia.edu*, *Google Académico*, *ResearchGate*, *Goodreads*, *Tumblr* e *Mumsnet*.

Tendo como objetivo conhecer, em termos de grau de facilidade/dificuldade, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente à facilidade de utilização das redes sociais na *Internet*, foi colocada a seguinte questão: "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "É MUITO DIFÍCIL" e 10 significa "É MUITO FÁCIL", como avalia o grau de facilidade de utilização das redes sociais?" (Tabela 27).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	8,78	3.038	100,00%	346
			Total de respostas	346
			Total de não respostas	36

Tabela 27 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "É MUITO DIFÍCIL" e 10 significa "É MUITO FÁCIL", como avalia o grau de facilidade de utilização das redes sociais?"

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 346 inquiridos, tendo existido 36 não respostas à mesma.

Em relação aos resultados obtidos na questão referente ao grau de facilidade de utilização das redes sociais na *Internet*, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "É MUITO DIFÍCIL" e 10 significa "É MUITO FÁCIL", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 8,78 (Tabela 27), confirmando, deste modo, o elevado grau de facilidade de utilização das plataformas de sociabilidade em apreço.

Com vista a caracterizar, em termos de atividades desenvolvidas e frequência das mesmas, os hábitos de utilização das redes sociais na *Internet* da amostra de sujeitos respondentes ao presente questionário, foi colocada a seguinte questão: "Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?" (Gráfico 25).

A esta pergunta, do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam 340 inquiridos, tendo existido 42 não respostas à mesma (Anexo WW).

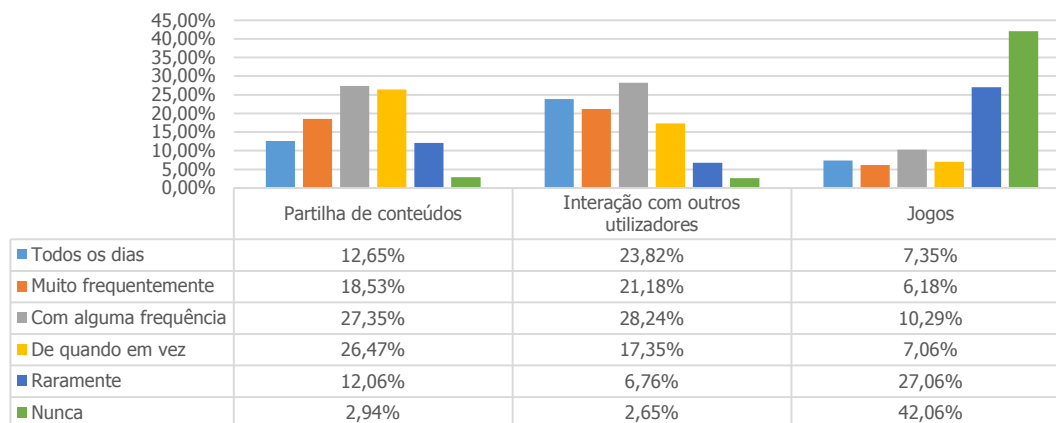


Gráfico 25 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão “Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?” (Anexo WW).

Relativamente aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam a esta questão (n=340), importa destacar os seguintes (Gráfico 25):

- No que concerne à utilização das redes sociais para partilha de conteúdos, 27,35% dos inquiridos responderam fazê-lo com alguma frequência, 26,47% de quando em vez e 18,53% muito frequentemente;
- Em relação à utilização das plataformas de sociabilidade para interação com outros utilizadores, 28,24% dos inquiridos responderam fazê-lo com alguma frequência, 23,82% todos os dias e 21,18% muito frequentemente;
- No que respeita à utilização das redes sociais por motivo de jogos, 42,06% dos inquiridos responderam nunca fazê-lo, 27,06% fazem-no raramente e 10,29% com alguma frequência.

Ainda neste capítulo, importa referir que 5 inquiridos, embora não fazendo qualquer referência à respetiva frequência, responderam utilizar as redes sociais para desenvolver as seguintes atividades não disponíveis nas opções oferecidas para resposta à questão colocada (Anexo WW): consulta, leitura de conteúdos da atualidade, “download” de material científico, conhecimento e acesso a notícias e artigos documentados.

Tendo em vista conhecer, em termos de grau de utilidade, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente à utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, foi colocada a seguinte questão: “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER UTILIDADE” e 10 significa “É MUITO ÚTIL”, como avalia o grau de utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?” (Tabela 28).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	6,73	2.289	100,00%	340
			Total de respostas	340
			Total de não respostas	42

Tabela 28 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER UTILIDADE” e 10 significa “É MUITO ÚTIL”, como avalia o grau de utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 340 inquiridos, tendo existido 42 não respostas à mesma.

No que concerne aos resultados obtidos na questão relativa ao grau de utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER UTILIDADE” e 10 significa “É MUITO ÚTIL”, a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 6,73 (Tabela 28), o que deixa transparecer um grau de utilidade satisfatório dos conteúdos em apreço.

Com o objetivo de conhecer, em termos de grau de atualidade, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente à atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, foi colocada a seguinte questão: “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “DESATUALIZADOS” e 10 significa “MUITO ATUALIZADOS”, como avalia o grau de atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?” (Tabela 29).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	7,39	2.514	100,00%	340
			Total de respostas	340
			Total de não respostas	42

Tabela 29 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “DESATUALIZADOS” e 10 significa “MUITO ATUALIZADOS”, como avalia o grau de atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 340 inquiridos, tendo existido 42 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão relativa ao grau de atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “DESATUALIZADOS” e 10 significa “MUITO ATUALIZADOS”, a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 7,39 (Tabela 29), o que deixa transparecer um grau de atualidade bastante satisfatório dos conteúdos em apreço.

Tendo em vista conhecer, em termos de grau de fiabilidade, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente à fiabilidade

dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, foi colocada a seguinte questão: "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO É NADA FIÁVEL" e 10 significa "É TOTALMENTE FIÁVEL", como avalia o grau de fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?" (Tabela 30).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	5,26	1.778	100,00%	338
Total de respostas				338
Total de não respostas				44

Tabela 30 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO É NADA FIÁVEL" e 10 significa "É TOTALMENTE FIÁVEL", como avalia o grau de fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?"

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 338 inquiridos, tendo existido 44 não respostas à mesma.

Relativamente aos resultados obtidos na questão referente ao grau de fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO É NADA FIÁVEL" e 10 significa "É TOTALMENTE FIÁVEL", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 5,26 (Tabela 30), o que deixa transparecer um grau de fiabilidade satisfatório dos conteúdos em apreço. Contudo, este resultado, por estar pouco acima da fasquia dos 5 pontos, parece indicar também alguma desconfiança em relação ao grau de fiabilidade dos conteúdos em apreço.

Com o intuito de conhecer, em termos de grau de relevância, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente aos contatos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais na *Internet*, foi colocada a seguinte questão: "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO É NADA RELEVANTE" e 10 significa "É TOTALMENTE RELEVANTE", como avalia o grau de relevância dos contactos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais?" (Tabela 31).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	6,42	2.164	100,00%	337
Total de respostas				337
Total de não respostas				45

Tabela 31 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO É NADA RELEVANTE" e 10 significa "É TOTALMENTE RELEVANTE", como avalia o grau de relevância dos contactos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais?"

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 337 inquiridos, tendo existido 45 não respostas à mesma.

Em relação aos resultados obtidos na questão referente ao grau de relevância dos contatos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais na *Internet*, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "*NÃO É NADA RELEVANTE*" e 10 significa "*É TOTALMENTE RELEVANTE*", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 6,42 (Tabela 31), o que deixa transparecer um grau de relevância satisfatório destes contatos.

Tendo em vista conhecer, em termos de grau de importância, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente à importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem, foi colocada a seguinte questão: "*Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER IMPORTÂNCIA" e 10 significa "TEM A MÁXIMA IMPORTÂNCIA", como avalia o grau de importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem?"* (Tabela 32).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	7,24	2.418	100,00%	334
			Total de respostas	334
			Total de não respostas	48

Tabela 32 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER IMPORTÂNCIA" e 10 significa "TEM A MÁXIMA IMPORTÂNCIA", como avalia o grau de importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem?"

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 334 inquiridos, tendo existido 48 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão referente ao grau de importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais na *Internet* com o objetivo de promover a sua imagem, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "*NÃO TEM QUALQUER IMPORTÂNCIA*" e 10 significa "*TEM A MÁXIMA IMPORTÂNCIA*", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 7,24 (Tabela 32), o que deixa transparecer um grau de importância bastante satisfatório.

Com o intuito conhecer, em termos de grau de contributo, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente ao contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão, foi colocada a seguinte questão: "*Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO DÁ QUALQUER CONTRIBUTO" e 10 significa "DÁ UM GRANDE CONTRIBUTO", como avalia o contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão?"* (Tabela 33).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	7,37	2.455	100,00%	333
Total de respostas			333	
Total de não respostas			49	

Tabela 33 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO DÁ QUALQUER CONTRIBUTO” e 10 significa “DÁ UM GRANDE CONTRIBUTO”, como avalia o contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 333 inquiridos, tendo existido 49 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão referente ao grau de contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO DÁ QUALQUER CONTRIBUTO” e 10 significa “DÁ UM GRANDE CONTRIBUTO”, a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 7,37 (Tabela 33), o que deixa transparecer um grau de contributo bastante satisfatório.

Tendo como objetivo conhecer quais as páginas/perfis institucionais de organizações públicas seguidas pela amostra de sujeitos respondentes ao presente questionário, foi colocada a seguinte questão: “Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?” (Gráfico 26).

A esta pergunta, do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam 330 inquiridos, tendo existido 52 não respostas à mesma (Anexo XX).

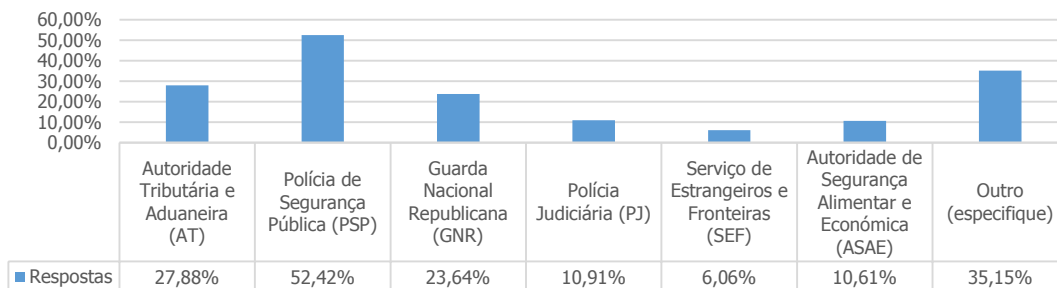


Gráfico 26 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão “Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?” (Anexo XX).

Relativamente aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam a esta questão (n=330), importa destacar os seguintes (Gráfico 26):

- A PSP é a organização pública que a maioria dos inquiridos dizem seguir nas redes sociais na *Internet* (52,42%), sendo seguida pela AT (27,88%) e pela GNR (23,64%);

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

- O SEF é a organização pública que menos seguidores reúne entre os inquiridos (6,06%);
- 35,15% dos inquiridos responderam seguir outras organizações públicas nas redes sociais. Entre o conjunto de organizações públicas referidas pelos respondentes em apreço, destacam-se as seguintes (Anexo XX): Presidência da República, Assembleia da República, Ministérios, Câmaras Municipais, Juntas de Freguesia e Instituições de Ensino Superior.

Com vista a conhecer, em termos de relevância, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente ao contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial, foi colocada a seguinte questão: "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA" e 10 significa "É MUITO RELEVANTE", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial?" (Tabela 34).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	7,51	2.463	100,00%	328
			Total de respostas	328
			Total de não respostas	54

Tabela 34 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA" e 10 significa "É MUITO RELEVANTE", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial?"

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 328 inquiridos, tendo existido 54 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão relativa ao contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA" e 10 significa "É MUITO RELEVANTE", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 7,51 (Tabela 34), o que deixa transparecer uma relevância bastante satisfatória.

Tendo como objetivo conhecer, em termos de relevância, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente ao contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo, foi colocada a seguinte questão: "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM RELEVÂNCIA" e 10 significa "TEM TODA A RELEVÂNCIA", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo?" (Tabela 35).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	7,81	2.554	100,00%	327
			Total de respostas	327
			Total de não respostas	55

Tabela 35 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TODA A RELEVÂNCIA”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 327 inquiridos, tendo existido 55 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão referente ao contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TODA A RELEVÂNCIA”, a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 7,81 (Tabela 35), o que deixa transparecer uma relevância bastante satisfatória.

Com a intenção de conhecer, em termos de relevância, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário em relação ao contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, foi colocada a seguinte questão: “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TOTAL RELEVÂNCIA”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?” (Tabela 36).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	7,34	2.385	100,00%	325
			Total de respostas	325
			Total de não respostas	57

Tabela 36 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TOTAL RELEVÂNCIA”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 325 inquiridos, tendo existido 57 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão referente ao contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA” e 10

significa "*TEM TOTAL RELEVÂNCIA*", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 7,34 (Tabela 36), o que deixa transparecer, também neste aspeto, uma relevância bastante satisfatória.

Por fim, com o objetivo de conhecer como é que a amostra de sujeitos respondentes ao questionário avalia, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, a presença da PSP na rede social *Facebook*, foi colocada a seguinte questão: "*Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?*" (Gráfico 27).

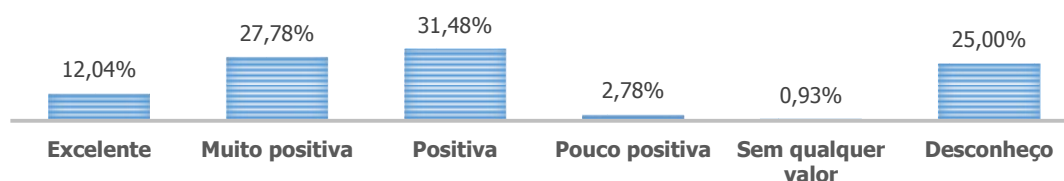


Gráfico 27 – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet: resultados das respostas à questão "*Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?*" (Anexo YY).

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=382), responderam a esta pergunta 324 inquiridos, tendo existido 58 não respostas à mesma (Anexo YY).

No que respeita aos resultados obtidos na questão em apreço, destacam-se os seguintes:

- 31,48% dos sujeitos da amostra de respondentes avaliam como positiva a presença da PSP na rede social *Facebook*, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado;
- 27,38% consideram muito positiva a mencionada presença da PSP na rede social *Facebook* e 12,04% avaliam-na como sendo excelente;
- 25,00% dos inquiridos responderam desconhecer o valor da presença da PSP na rede social *Facebook*, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado;
- 3,73% avaliam a presença da PSP na rede social *Facebook* como sendo pouco positiva ou não tendo qualquer valor.

Em face dos resultados desta última pergunta, constata-se que 71,30% dos inquiridos que responderam à mesma (n=324) avaliam positivamente, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, a presença da PSP na rede social *Facebook*.

3.5. Análise e discussão dos resultados do questionário anónimo *online* aplicado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna

No presente subcapítulo recorreremos novamente à técnica de inquirição por questionário, cujo enquadramento teórico e metodológico apresentámos e desenvolvemos com detalhe no subcapítulo 3.4.

Assim, considerando que, conforme referimos anteriormente, o principal objetivo da presente investigação é compreender em que medida a presença da PSP nas redes sociais da *Internet*, e mais concretamente no *Facebook*, contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e, não menos importante, para exponenciar a qualidade do serviço prestado por esta força policial, a aplicação de um questionário anónimo *online* a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP, assume-se como uma mais-valia para a concretização dos objetivos propostos no âmbito da presente dissertação, na medida em que, através dos indicadores quantitativos resultantes das respostas às questões ali colocadas, possibilitará efetuar uma avaliação qualitativa que permita compreender como é que aqueles, enquanto futuros Oficiais da PSP, percecionam a presença das FSS, e mais especificamente da PSP, nas redes sociais em linha e as atividades desenvolvidas e os conteúdos produzidos e partilhados pelas mesmas naquelas plataformas de sociabilidade (Apêndice C).

A aplicação deste questionário à referida amostra representativa de alunos foi autorizada por despacho do Exmo. Senhor Diretor do ISCPSP, conforme *e-mail* enviado pela Direção de Ensino daquele Instituto em 6 de abril de 2017, na sequência do nosso requerimento datado de 27 de março de 2017 (Apêndice D).

No questionário em apreço foi utilizado um conjunto de 21 questões (Apêndice C), cujas respostas, com vista a facilitar o tratamento e sistematização dos dados recolhidos, foram objeto de pré-codificação, obrigando os inquiridos a escolherem as suas respostas de entre aquelas que lhe foram formalmente propostas (Quivy e Campenhoudt, 2005, p. 188).

Tendo em vista a sua administração *online* à referida amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP, este questionário foi criado e desenvolvido com recurso à plataforma *SurveyMonkey*[®], tendo sido distribuído por *e-mail* ao conjunto de sujeitos selecionados, com o intuito de não interferir com o normal funcionamento das atividades escolares daqueles.

A aplicação do questionário em apreço teve lugar no período de 17 de abril e 16 de junho de 2017, tendo sido tratada de modo anónimo e confidencial toda a informação obtida no âmbito do mesmo.

Em relação à aludida amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos, importa ainda referir que, tendo em conta os objetivos subjacentes à aplicação do questionário em apreço, foi inicialmente projetada para ser

constituída por 124 alunos, distribuídos do 1.º ao 5.º ano, do Mestrado Integrado em Ciências Policiais do ISCPPI, que correspondem a 69,00% do universo total de alunos (N=176) e a um erro amostral de 5,00% para um nível de confiança de 95,00%. Contudo, não obstante os esforços desenvolvidos, apenas responderam a este questionário 78 sujeitos, que constituem, assim, a nossa amostra representativa de alunos do ISCPPI, distribuídos do 1.º ao 5.º ano, do Mestrado Integrado em Ciências Policiais, conforme a caracterização que apresentaremos mais à frente no presente subcapítulo.

Tal como no subcapítulo anterior, acompanhando Coutinho (2015, pp. 139–140), reconhecemos, desde já, as dificuldades inerentes à administração *online* de questionários, designadamente a nível das não respostas a algumas perguntas do questionário motivadas pelo facto dos inquiridos não levarem o preenchimento do mesmo até ao fim, fazendo, deste modo, com que o universo de sujeitos respondentes vá variando ao longo das diferentes questões. Porém, para ultrapassarmos este obstáculo, no âmbito da presente investigação, optamos por identificar claramente os universos de respondentes e de não respondentes em cada uma das questões, sendo os resultados apresentados em cada pergunta os correspondentes ao universo de respostas efetivamente recolhidas na mesma.

Numa perspetiva de isenção científica (Sousa, 2016, p.41), o tratamento e a análise da informação recolhida através dos questionários em apreço foi feita com recurso às ferramentas disponibilizadas na plataforma *SurveyMonkey*® e ao programa informático *Microsoft Excel*®.

Posto isto, efetuada a apresentação da abordagem de estudo escolhida, do *corpus* que serviu de base à investigação desenvolvida e da metodologia utilizada, iremos passar agora à análise e discussão dos resultados obtidos através da administração do questionário anónimo *online* à aludida amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPPI.

Relativamente à distribuição da amostra de respondentes, segundo seu ano de curso do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPPI (Tabela 37), importa começar por referir que é composta por 78 sujeitos (N=78), sendo que 15 estão no 1.º ano (19,23%), 12 no 2.º ano (15,38%), 15 no 3.º ano (19,23%), 24 no 4.º ano (30,77%) e 12 no 5.º ano (15,38%).

Situação Profissional Atual	Respostas	Representação Percentual
1.º Ano	15	19,23%
2.º Ano	12	15,38%
3.º Ano	15	19,23%
4.º Ano	24	30,77%
5.º Ano	12	15,38%
Total de respostas	78	
Total de não respostas	0	

Tabela 37 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPPI, segundo o ano de curso.

No que respeita à caracterização da amostra de respondentes do questionário, segundo o escalão etário (Tabela 38), constata-se que 43 estão no intervalo etário dos 18-25 anos (55,13%), 26 estão no escalão dos 26-35 anos (42,31%) e 2 estão no intervalo dos 36-45 anos (2,56%).

Idade	Respostas	Representação Percentual
18-25	43	55,13%
26-35	33	42,31%
36-45	2	2,56%
Total de respostas	78	
Total de não respostas	0	

Tabela 38 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP, segundo o escalão etário.

Da amostra de sujeitos supra referidos (N=78), 20 são do género feminino (25,64%) e 58 são do género masculino (74,36%) (Tabela 39).

Género	Feminino (F)	Masculino (M)
Respostas	20	58
Representação Percentual	25,64%	74,36%
Total de respostas	78	
Total de não respostas	0	

Tabela 39 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado a amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP, segundo o género.

Em relação à distribuição da amostra de respondentes (N=78) segundo a nacionalidade (Tabela 40), constata-se que 67 têm nacionalidade portuguesa (85,00%) e 11 são oriundos de outro país (14,10%).

Nacionalidade	Respostas	Representação Percentual
Portuguesa	67	85,90%
De outro país	11	14,10%
Total de respostas	78	
Total de não respostas	0	

Tabela 40 – Caracterização da amostra de respondentes ao questionário administrado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP, segundo a nacionalidade.

Efetuada a caracterização da amostra de respondentes do questionário (N=78), passamos de seguida à análise e discussão dos resultados obtidos através das respostas às questões relacionadas com o acesso à *Internet*, com o tipo de utilização e os modos de participação nas redes sociais, e com a avaliação da importância da presença das FSS, e mais especificamente da PSP, nas plataformas de sociabilidade em linha, em geral, e no *Facebook*, em particular.

Deste modo, com vista a caracterizar, em termos de locais a partir de onde é feito o acesso e de frequência com que é feito esse acesso a partir desses locais, os hábitos de utilização das redes sociais na *Internet* por parte da

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

amostra de sujeitos respondentes ao questionário em apreço, foi colocada a seguinte questão: "A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet?" (Gráfico 28).

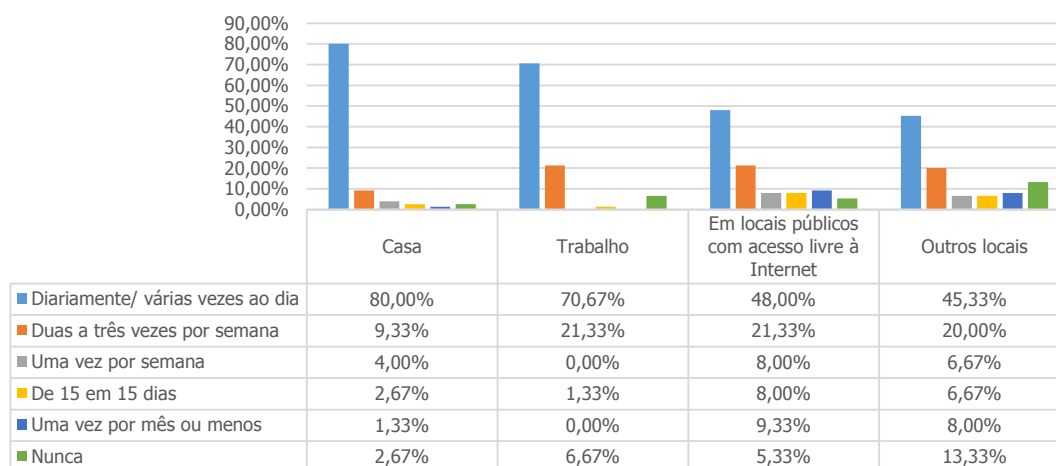


Gráfico 28 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão "A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet?" (Anexo ZZ).

A esta pergunta responderam 75 sujeitos da amostra total de respondentes ao questionário em apreço (N=78), tendo existido 3 não respostas à mesma (Anexo ZZ).

Em relação aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam à pergunta supra referida (n=75), destacam-se os seguintes (Gráfico 28):

- No que respeita ao acesso a partir de casa, destaca-se o facto de ser um dos locais mais representativos de entre o conjunto de locais indicados pelos inquiridos, com 80,00% dos sujeitos a referirem aceder diariamente/várias vezes ao dia às plataformas de sociabilidade em linha a partir desta localização e 9,33% a responderem fazê-lo duas a três vezes por semana;
- Relativamente ao acesso a partir do trabalho às redes sociais na *Internet*, destaca-se o facto de ser outro dos locais mais referidos pela amostra de respondentes, com 70,67% dos sujeitos a referirem aceder diariamente/várias vezes ao dia às plataformas de sociabilidade em questão a partir desta localização e 21,33% a responderem fazê-lo duas a três vezes por semana;
- No que concerne ao acesso às redes sociais em locais públicos com acesso livre à *Internet*, destaca-se o facto de 48,00% dos inquiridos terem respondido aceder diariamente/várias vezes ao dia às mesmas a partir desta localização e de 21,33% referirem fazê-lo duas a três vezes por semana;
- Em relação ao acesso às redes sociais na *Internet* a partir de outros locais, 45,33% da amostra de respondentes referiu fazê-lo

diariamente/várias vezes ao dia e 20,00% dos sujeitos responderam que o fazem duas a três vezes por semana.

Seguidamente, com vista a caracterizar, em termos de dispositivo digital utilizado e de frequência de uso do mesmo, os hábitos de utilização das redes sociais na *Internet* por parte da amostra de sujeitos respondentes ao questionário em apreço, foi colocada a seguinte questão: “Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na *Internet*?” (Gráfico 29).

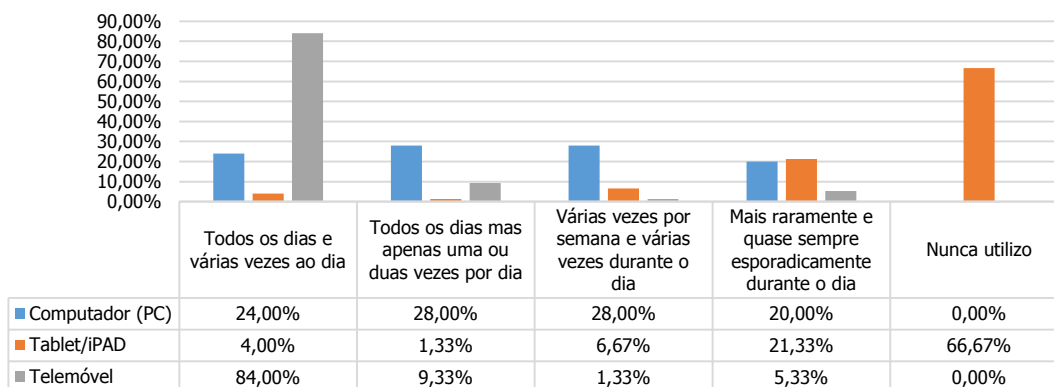


Gráfico 29 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP/SP: resultados das respostas à questão “Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na *Internet*?” (Anexo AAA).

No que respeita a esta última pergunta, do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam 75 inquiridos, tendo existido 3 não respostas à mesma (Anexo AAA).

Relativamente aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam à pergunta em apreço (n=75), destacam-se os seguintes (Gráfico 29):

- O telemóvel é o dispositivo digital mais utilizado pela amostra de respondentes ao questionário para aceder às redes sociais na *Internet*, com 84,00% dos sujeitos a responderem utilizá-lo todos os dias e várias vezes ao dia para esse efeito, e 9,33% dos inquiridos a responderem utilizar o mesmo todos os dias, mas apenas uma ou duas vezes por dia, para acederem às plataformas de sociabilidade em linha;
- Seguidamente, o computador (PC) surge como o segundo dispositivo mais utilizado para aceder às redes sociais na *Internet*, sendo utilizado por 24,00% dos inquiridos todos os dias e várias vezes ao dia, por 28,00% dos sujeitos todos os dias, mas apenas uma ou duas vezes por dia, e por 28,00% dos respondentes várias vezes por semana e várias vezes durante o dia. No entanto, 20,00% dos inquiridos disseram utilizar o PC mais raramente e quase sempre esporadicamente durante o dia para aceder às plataformas de sociabilidade em linha;

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

- O *iPAD/ Tablet* é o menos utilizado pelos respondentes ao questionário para aceder às redes sociais na *Internet*, com 66,67% dos inquiridos a responderem nunca o utilizar para esse efeito e 21,33% a responderem utilizá-lo mais raramente e quase sempre esporadicamente durante o dia.

Com o objetivo de caracterizar, em termos de motivação de utilização das redes sociais na *Internet* e de importância atribuída a essa utilização, os hábitos da amostra de sujeitos respondentes ao questionário em apreço, foi colocada a seguinte questão: “*Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?*” (Gráfico 30).

A esta pergunta, do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam 74 inquiridos, tendo existido 4 não respostas à mesma (Anexo BBB).

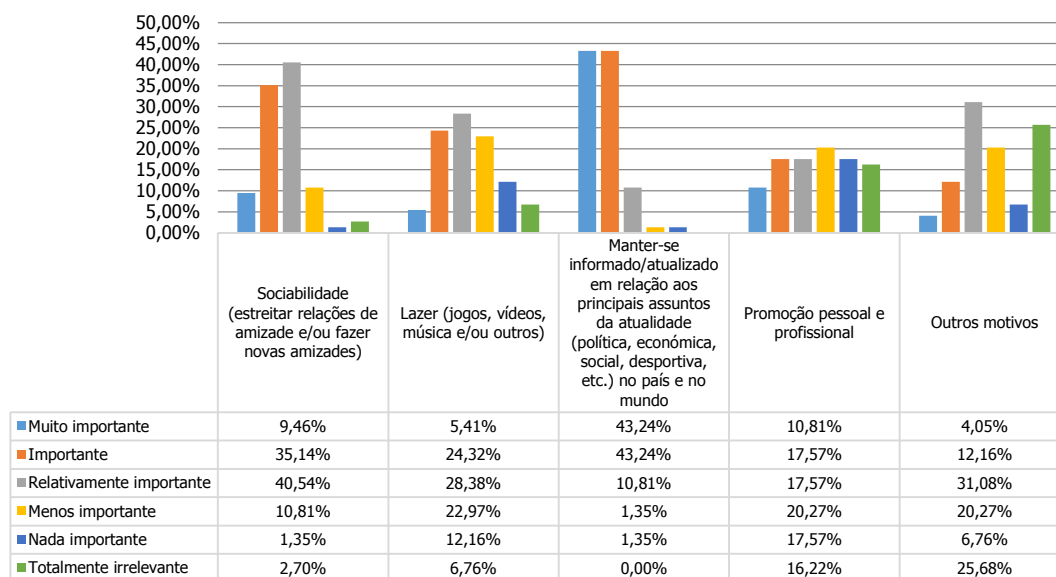


Gráfico 30 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP/SP: resultados das respostas à questão “Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?” (Anexo BBB).

No que respeita aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam a esta questão (n=74), importa destacar os seguintes (Gráfico 30):

- A principal motivação dos inquiridos para a utilização das redes sociais na *Internet* é a de manter-se informado/atualizado em relação aos principais assuntos da atualidade (política, económica, social, desportiva, etc.) no país e no mundo. Este motivo foi indicado por 43,24% dos sujeitos da amostra de respondentes como sendo importante e como muito importante para 43,24% dos inquiridos;
- Em relação à utilização das redes sociais na *Internet* por motivo de sociabilidade (estreitar relações de amizade e/ou fazer novas amizades), é referida como sendo relativamente importante por

40,54% dos inquiridos e como importante por 35,14% dos sujeitos da amostra de respondentes;

- A utilização das redes sociais na *Internet* por motivo de lazer (jogos, vídeos, música e/ou outros) é referida como sendo relativamente importante para 28,38% dos inquiridos e como importante para 24,32% dos sujeitos da amostra de respondentes. No entanto, 22,97% dos inquiridos consideram ser menos importante a utilização das redes sociais na *Internet* por motivo de lazer (jogos, vídeos, música e/ou outros);
- No que respeita à utilização das redes sociais na *Internet* por motivo de promoção pessoal e profissional, é considerada como sendo uma motivação relativamente importante para 17,57% dos inquiridos e como importante para 17,57% da amostra de respondentes. Todavia, 20,27% dos inquiridos consideram esta motivação menos importante e 17,57% dos sujeitos responderam ser nada importante;
- Relativamente à utilização das redes sociais na *Internet* por outros motivos, 31,08% dos respondentes consideram ser relativamente importante, 25,68% dos sujeitos responderam ser totalmente irrelevante e 20,27% dos inquiridos consideram ser menos importante.

Com vista a caracterizar, em termos de plataforma de sociabilidade em linha mais utilizada, os hábitos de utilização das redes sociais na *Internet* da amostra de sujeitos respondentes ao questionário em apreço, foi colocada a seguinte questão: “Qual a rede social na *Internet* que utiliza?” (Gráfico 31).

A esta pergunta, do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam 73 inquiridos, tendo existido 5 não respostas à mesma (Anexo CCC).

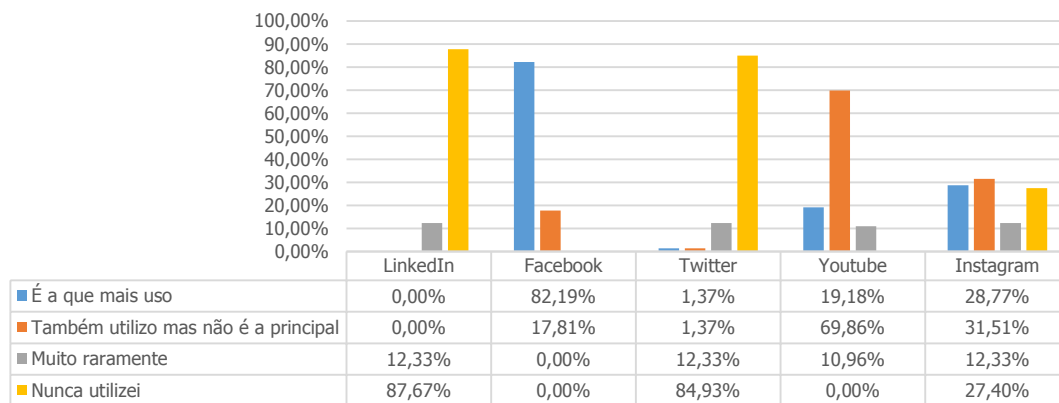


Gráfico 31 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Qual a rede social na *Internet* que utiliza?” (Anexo CCC).

No que concerne aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam a esta questão (n=73), importa destacar os seguintes (Gráfico 31):

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

- A larga maioria dos inquiridos respondeu que a rede social na *Internet* que mais utiliza é o *Facebook* (82,19%). O *YouTube* (19,18%) e o *Instagram* (28,77%) também estão entre as principais plataformas de sociabilidade referidas como sendo as mais utilizadas pela amostra de sujeitos respondentes à questão em apreço;
- Relativamente às redes sociais na *Internet* que, embora sendo usadas, não são a principal opção dos inquiridos, destacam-se o *YouTube* (69,86%), o *Instagram* (31,51%) e o *Facebook* (17,81%);
- O *LinkedIn* (12,33%), o *Twitter* (12,33%) e o *Instagram* (12,33%) surgem como as redes sociais na *Internet* utilizadas muito raramente pelos inquiridos;
- No que se refere às redes sociais na *Internet* nunca utilizadas pelos inquiridos, destacam-se o *Instagram* (27,40%), o *Twitter* (84,93%) e o *LinkedIn* (87,67%).

Ainda neste capítulo, importa referir que 1 inquirido respondeu aceder às seguintes redes sociais não disponíveis nas opções oferecidas para resposta à questão colocada (Anexo CCC): *Snapchat* e *Vivino*.

Tendo como objetivo conhecer, em termos de grau de facilidade/dificuldade, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente à facilidade de utilização das redes sociais na *Internet*, foi colocada a seguinte questão: "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "É MUITO DIFÍCIL" e 10 significa "É MUITO FÁCIL", como avalia o grau de facilidade de utilização das redes sociais?" (Tabela 41).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	8,86	647	100,00%	73
			Total de respostas	73
			Total de não respostas	5

Tabela 41 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "É MUITO DIFÍCIL" e 10 significa "É MUITO FÁCIL", como avalia o grau de facilidade de utilização das redes sociais?"

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 73 inquiridos, tendo existido 5 não respostas à mesma.

Em relação aos resultados obtidos na questão referente ao grau de facilidade de utilização das redes sociais na *Internet*, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "É MUITO DIFÍCIL" e 10 significa "É MUITO FÁCIL", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 8,86 (Tabela 41), confirmando, deste modo, o elevado grau de facilidade de utilização das plataformas de sociabilidade em apreço.

Com vista a caracterizar, em termos de atividades desenvolvidas e frequência das mesmas, os hábitos de utilização das redes sociais na *Internet* da amostra de sujeitos respondentes ao presente questionário, foi colocada a

seguinte questão: “*Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?*” (Gráfico 32).

A esta pergunta, do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam 73 inquiridos, tendo existido 5 não respostas à mesma (Anexo DDD).

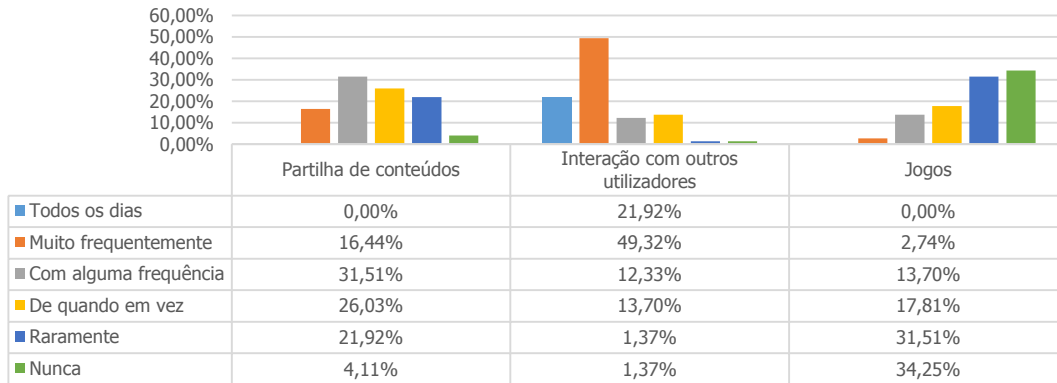


Gráfico 32 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP/SP: resultados das respostas à questão “*Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?*” (Anexo DDD).

Relativamente aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam a esta questão (n=73), importa destacar os seguintes (Gráfico 32):

- No que concerne à utilização das redes sociais para partilha de conteúdos, 31,51% dos inquiridos responderam fazê-lo com alguma frequência, 26,03% de quando em vez e 21,92% raramente;
- Em relação à utilização das plataformas de sociabilidade para interação com outros utilizadores, 49,32% dos inquiridos responderam fazê-lo muito frequentemente, 21,92% todos os dias e 13,70% de quando em vez;
- No que respeita à utilização das redes sociais por motivo de jogos, 34,25% dos inquiridos responderam nunca fazê-lo, 31,51% fazem-no raramente e 17,81% de quando em vez.

Ainda neste capítulo, importa referir que 1 inquirido, embora não especificando, respondeu utilizar as redes sociais para outras atividades não disponíveis nas opções oferecidas para resposta à questão colocada (Anexo DDD).

Tendo em vista conhecer, em termos de grau de utilidade, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente à utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, foi colocada a seguinte questão: “*Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER UTILIDADE” e 10 significa “É MUITO ÚTIL”, como avalia o grau de utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?*” (Tabela 42).

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	7,10	518	100,00%	73
			Total de respostas	73
			Total de não respostas	5

Tabela 42 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER UTILIDADE” e 10 significa “É MUITO ÚTIL”, como avalia o grau de utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 73 inquiridos, tendo existido 5 não respostas à mesma.

No que concerne aos resultados obtidos na questão relativa ao grau de utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER UTILIDADE” e 10 significa “É MUITO ÚTIL”, a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 7,10 (Tabela 42), o que deixa transparecer um grau de utilidade bastante satisfatório dos conteúdos em apreço.

Com o objetivo de conhecer, em termos de grau de atualidade, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente à atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, foi colocada a seguinte questão: “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “DESATUALIZADOS” e 10 significa “MUITO ATUALIZADOS”, como avalia o grau de atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?” (Tabela 43).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	8,03	586	100,00%	73
			Total de respostas	73
			Total de não respostas	5

Tabela 43 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “DESATUALIZADOS” e 10 significa “MUITO ATUALIZADOS”, como avalia o grau de atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 73 inquiridos, tendo existido 5 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão relativa ao grau de atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “DESATUALIZADOS” e 10 significa “MUITO ATUALIZADOS”, a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 8,03 (Tabela 43), o que deixa transparecer um grau de atualidade bastante satisfatório dos conteúdos em apreço.

Tendo em vista conhecer, em termos de grau de fiabilidade, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente à fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, foi colocada a seguinte questão: “*Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO É NADA FIÁVEL” e 10 significa “É TOTALMENTE FIÁVEL”, como avalia o grau de fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?*” (Tabela 44).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	5,74	419	100,00%	73
			Total de respostas	73
			Total de não respostas	5

Tabela 44 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO É NADA FIÁVEL” e 10 significa “É TOTALMENTE FIÁVEL”, como avalia o grau de fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 73 inquiridos, tendo existido 5 não respostas à mesma.

Relativamente aos resultados obtidos na questão referente ao grau de fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais na *Internet*, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “*NÃO É NADA FIÁVEL*” e 10 significa “*É TOTALMENTE FIÁVEL*”, a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 5,74 (Tabela 44), o que deixa transparecer um grau de fiabilidade satisfatório dos conteúdos em apreço. Contudo, este resultado, por estar pouco acima da fasquia dos 5 pontos, parece indicar também alguma desconfiança em relação ao grau de fiabilidade dos conteúdos em apreço.

Com o intuito de conhecer, em termos de grau de relevância, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente aos contatos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais na *Internet*, foi colocada a seguinte questão: “*Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO É NADA RELEVANTE” e 10 significa “É TOTALMENTE RELEVANTE”, como avalia o grau de relevância dos contactos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais?*” (Tabela 45).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	7,17	516	100,00%	72
			Total de respostas	72
			Total de não respostas	6

Tabela 45 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO É NADA RELEVANTE” e 10 significa “É TOTALMENTE RELEVANTE”, como avalia o grau de relevância dos contactos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 72 inquiridos, tendo existido 6 não respostas à mesma.

Em relação aos resultados obtidos na questão referente ao grau de relevância dos contactos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais na *Internet*, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO É NADA RELEVANTE" e 10 significa "É TOTALMENTE RELEVANTE", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 7,17 (Tabela 45), o que deixa transparecer um grau de relevância bastante satisfatório destes contatos.

Tendo em vista conhecer, em termos de grau de importância, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente à importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem, foi colocada a seguinte questão: "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER IMPORTÂNCIA" e 10 significa "TEM A MÁXIMA IMPORTÂNCIA", como avalia o grau de importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem?" (Tabela 46).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	8,31	598	100,00%	72
			Total de respostas	72
			Total de não respostas	6

Tabela 46 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER IMPORTÂNCIA" e 10 significa "TEM A MÁXIMA IMPORTÂNCIA", como avalia o grau de importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem?"

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 72 inquiridos, tendo existido 6 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão referente ao grau de importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais na *Internet* com o objetivo de promover a sua imagem, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER IMPORTÂNCIA" e 10 significa "TEM A MÁXIMA IMPORTÂNCIA", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 8,31 (Tabela 46), o que deixa transparecer um grau de importância bastante satisfatório.

Com o intuito conhecer, em termos de grau de contributo, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente ao contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão, foi colocada a seguinte questão: "Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO DÁ QUALQUER CONTRIBUTO" e 10 significa "DÁ UM GRANDE CONTRIBUTO", como avalia o contributo da presença das

organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão?" (Tabela 47).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	8,17	588	100,00%	72
			Total de respostas	72
			Total de não respostas	6

Tabela 47 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO DÁ QUALQUER CONTRIBUTO” e 10 significa “DÁ UM GRANDE CONTRIBUTO”, como avalia o contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 72 inquiridos, tendo existido 6 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão referente ao grau de contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO DÁ QUALQUER CONTRIBUTO” e 10 significa “DÁ UM GRANDE CONTRIBUTO”, a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 8,17 (Tabela 47), o que deixa transparecer um grau de contributo bastante satisfatório.

Tendo como objetivo conhecer quais as páginas/perfis institucionais de organizações públicas seguidas pela amostra de sujeitos respondentes ao presente questionário, foi colocada a seguinte questão: “Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?” (Gráfico 33).

A esta pergunta, do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam 72 inquiridos, tendo existido 6 não respostas à mesma (Anexo EEE).

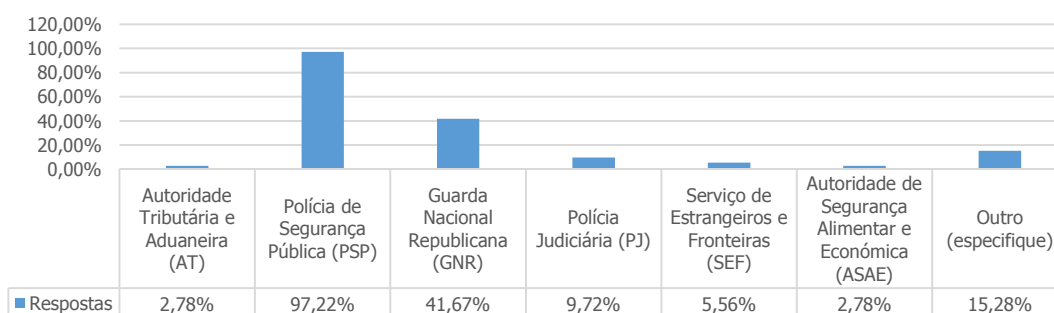


Gráfico 33 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?” (Anexo EEE).

Relativamente aos resultados obtidos através das respostas dadas pelo universo de sujeitos que responderam a esta questão (n=72), importa destacar os seguintes (Gráfico 33):

- A PSP é a organização pública que a maioria dos inquiridos dizem seguir nas redes sociais na *Internet* (97,22%), sendo seguida pela GNR (41,67%) e pela PJ (9,72%);
- A ASAE (2,78%) e a AT (2,78%) são as organizações públicas que menos seguidores reúnem entre os inquiridos;
- 15,28% dos inquiridos responderam seguir outras organizações públicas nas redes sociais. Entre o conjunto de organizações públicas referidas pelos respondentes em apreço, destacam-se, sobretudo, as forças e serviços de segurança de outros Estados e a EUROPOL (Anexo EEE).

Com vista a conhecer, em termos de relevância, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente ao contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial, foi colocada a seguinte questão: "*Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA" e 10 significa "É MUITO RELEVANTE", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial?*" (Tabela 48).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	8,58	618	100,00%	72
Total de respostas			72	
Total de não respostas			6	

Tabela 48 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP: resultados das respostas à questão "*Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA" e 10 significa "É MUITO RELEVANTE", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial?*"

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 72 inquiridos, tendo existido 6 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão relativa ao contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "*NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA*" e 10 significa "*É MUITO RELEVANTE*", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 8,58 (Tabela 48), o que deixa transparecer uma relevância bastante satisfatória.

Tendo como objetivo conhecer, em termos de relevância, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário relativamente ao contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo, foi colocada a seguinte questão: "*Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM RELEVÂNCIA" e 10*

significa "TEM TODA A RELEVÂNCIA", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo?" (Tabela 49).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	8,46	609	100,00%	72
Total de respostas				72
Total de não respostas				6

Tabela 49 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TODA A RELEVÂNCIA”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 72 inquiridos, tendo existido 6 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão referente ao contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM RELEVÂNCIA" e 10 significa "TEM TODA A RELEVÂNCIA", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 8,46 (Tabela 49), o que deixa transparecer uma relevância bastante satisfatória.

Com a intenção de conhecer, em termos de relevância, a avaliação da amostra de sujeitos respondentes ao questionário em relação ao contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, foi colocada a seguinte questão: *“Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TOTAL RELEVÂNCIA”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?”* (Tabela 50).

Possibilidades de resposta	Pontuação Média	Pontuação Total	Respostas	
1 - 10	7,21	519	100,00%	72
Total de respostas				72
Total de não respostas				6

Tabela 50 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa “NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA” e 10 significa “TEM TOTAL RELEVÂNCIA”, como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?”

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 72 inquiridos, tendo existido 6 não respostas à mesma.

No que respeita aos resultados obtidos na questão referente ao contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança, constata-se que numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "*NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA*" e 10 significa "*TEM TOTAL RELEVÂNCIA*", a amostra de sujeitos que respondeu à mesma atribuiu uma pontuação média de 7,21 (Tabela 50), o que deixa transparecer, também neste aspeto, uma relevância bastante satisfatória.

Por fim, com o objetivo de conhecer como é que a amostra de sujeitos respondentes ao questionário avalia, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, a presença da PSP na rede social *Facebook*, foi colocada a seguinte questão: "*Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?*" (Gráfico 34).

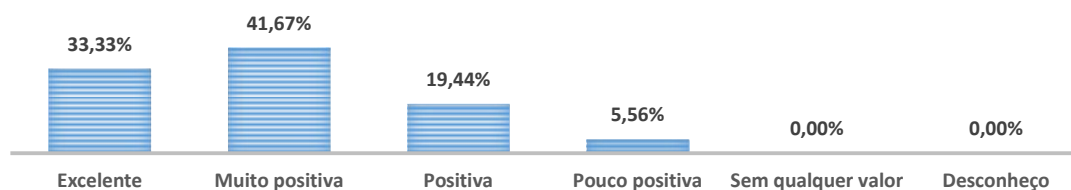


Gráfico 34 – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?” (Anexo FFF).

Do total de sujeitos respondentes ao questionário aplicado (N=78), responderam a esta pergunta 72 inquiridos, tendo existido 6 não respostas à mesma (Anexo FFF).

No que respeita aos resultados obtidos na questão em apreço, destacam-se os seguintes:

- 41,67% dos sujeitos da amostra de respondentes avaliam como muito positiva a presença da PSP na rede social *Facebook*, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado;
- 33,33% consideram excelente a mencionada presença da PSP na rede social *Facebook* e 19,44% avaliam-na como sendo positiva;
- 5,56% avaliam a presença da PSP na rede social *Facebook* como sendo pouco positiva.

Em face dos resultados desta última pergunta, constata-se que 94,44% dos inquiridos que responderam à mesma (n=72) avaliam positivamente, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao

cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, a presença da PSP na rede social *Facebook*.

3.6. Análise da Política de Informação da Polícia de Segurança Pública

O presente subcapítulo tem como principal objetivo analisar a Política de Informação da PSP (Apêndice E), enquanto documento estratégico que define as principais linhas e orientações desta força de segurança no que respeita ao estabelecimento de uma política de informação que promova a aproximação ao cidadão e projete a imagem institucional da organização perante a sociedade (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 3), com vista a efetuar uma avaliação qualitativa que nos permita responder às questões de partida e derivadas por nós colocadas no âmbito desta investigação.

Para a concretização do objetivo a que nos propomos optamos por recorrer a um modelo de estudo assente numa abordagem qualitativa (Aires, 2015, p. 13; Coutinho, 2015, pp. 28–30) que, através da utilização da técnica de análise de conteúdo, nos permitisse examinar, descrever, interpretar e avaliar as principais linhas e orientações estratégicas da PSP em termos de intervenção no espaço público, designadamente em matéria de promoção da imagem institucional da organização, de aumento da proximidade ao cidadão e de exponenciação da qualidade do serviço prestado pela mesma.

Assim, tendo em vista a construção de um estudo organizado da Política de Informação da PSP (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011), que nos permita reunir o maior número de informações e correlacioná-las para uma melhor ordenação das mesmas, optámos por efetuar a nossa análise com base nos seguintes pontos/elementos estruturantes do documento em apreço (Tabela 51): definição, objetivos gerais e específicos, princípios, direitos e deveres, áreas de intervenção, divulgação, ensino e formação, e disposições finais.

Deste modo, efetuada a apresentação da abordagem de estudo escolhida, do *corpus* que serviu de base à investigação desenvolvida e da metodologia utilizada, passamos agora à análise e discussão dos resultados obtidos através da análise de conteúdo da Política de Informação da PSP.

No que respeita ao ponto/elemento “*Definição*” (Tabela 51), destaca-se o facto de o documento definir, por um lado, o conceito geral de “*Política de Informação*” e, por outro, a aceção concreta de “*Política de Informação da PSP*”. Assim, no documento em apreço a “*Política de Informação*” é definida como o conjunto de princípios, normas e procedimentos que visam a proteção e correta utilização, nos termos da lei, da informação produzida ou acedida, independentemente da forma e do motivo de acesso, e a “*Política de Informação da PSP*” como sendo a orientação estratégica desta força de segurança em matéria de concessão de acesso, proteção e correta utilização da informação por si produzida ou na sua posse, nos exatos termos das normas legais aplicáveis (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 4).

Em relação ao ponto/elemento "*Objetivos Gerais e Específicos*" (Tabela 51), é referido que o documento em análise visa estabelecer uma política de informação que, no respeito pelo dever de informação da PSP e não colidindo com o seu dever de reserva, defina os princípios de ação, os direitos/deveres e as áreas de intervenção desta força de segurança, apostando na aproximação do cidadão e na projeção da imagem institucional perante a sociedade, designadamente através do controlo da criação, organização e produção de conteúdos informativos partilhados de forma útil, necessária e eficaz, com vista a produzirem conhecimentos sustentáveis e vantajosos para a organização, e a contribuir para um maior esclarecimento societal (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 3).

No ponto/elemento "*Princípios*" (Tabela 51), é referido que a Política de Informação da PSP se rege pelos princípios da legalidade, do risco e valor da informação, da classificação de conteúdos e da necessidade de conhecer (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 4).

Relativamente ao ponto/elemento "*Direitos e Deveres*" (Tabela 51), destaca-se a referência, por um lado, da defesa do direito à produção de informação, designadamente pelos órgãos de comunicação social e seus profissionais, e, por outro, do dever de informar (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 5).

No que concerne ao ponto/elemento "*Áreas de Intervenção*", destaca-se, pela sua importância a nível da intervenção da PSP no espaço público, o relacionamento com os OCS, onde se definem os princípios e linhas orientadoras gerais do tipo de informação a disponibilizar em função das ocorrências (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 7).

Contudo, apesar da atual Política de Informação da PSP ter sido definida em 2011 (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 7), numa altura em que esta força de segurança já marcava presença nas redes sociais, nomeadamente através da sua página institucional no *Facebook*, para além de não serem contemplados os novos *media* digitais e o papel da PSP enquanto utilizador dos mesmos no ponto/elemento "*Áreas de Intervenção*", os princípios e linhas orientadoras definidas referem-se apenas à relação da instituição com os OCS, não projetando qualquer orientação em matéria de diretrizes, procedimentos e ações estratégicas relacionadas com as diversas modalidades de comunicação da organização no contexto de um espaço público altamente mediatizado, que, conforme referimos anteriormente, desde finais do século passado, inclui não só os *media* tradicionais (*e.g.* jornais, revistas, rádio e televisão), mas também uma variedade de sistemas de multimédia e de comunicação, entre os quais se destacam, pelo seu papel decisivo, a *Internet* e as redes de comunicação horizontal (Castells, 2008).

No que respeita ao ponto/elemento "*Divulgação, Ensino e Formação*" (Tabela 51), destacamos o caráter público e universal da Política de Informação da PSP (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 9).

Por fim, no tocante ao ponto/elemento "*Disposições Finais*" importa referir o dever estabelecido de observar a Política de Informação da PSP no

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública
Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

planeamento estratégico da organização, assim como de rever a mesma a cada dois anos (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 9).

Pontos/Elementos	Descrição
<i>Definição</i>	<p>Política de Informação: conjunto de princípios, normas e procedimentos com vista à proteção e correta utilização, nos termos da lei, da informação produzida ou acedida, independentemente da forma e do motivo de acesso (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 4).</p> <p>Política de Informação da PSP: a PSP permite, nos termos da lei, o acesso a qualquer informação em seu poder que não se encontre sob regime legal que restrinja o seu acesso, desclassificando-a e disponibilizando-a nos exatos termos das normas legais aplicáveis. Contudo, reserva-se o direito de, em circunstâncias específicas, não divulgar certas informações ou de restringir o acesso à informação que normalmente divulga ou à qual permite o acesso (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 4).</p>
<i>Objetivos Gerais e Específicos</i>	<p>Estabelecer uma política de informação no respeito pelo dever de informação que não colida com o seu dever de reserva, apostando, por um lado, na aproximação do cidadão e, por outro, na projeção da imagem institucional perante a sociedade (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 3).</p> <p>Controlar a criação, a organização e a produção de conteúdos informativos que são partilhados de forma útil, necessária e eficaz, produzindo conhecimentos sustentáveis e vantajosos para a organização, contribuindo ainda para um maior esclarecimento societal (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 3).</p> <p>Definir os princípios de ação, os direitos e deveres, e as áreas de intervenção (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 3).</p>
<i>Princípios</i>	Legalidade, risco e valor da informação, classificação de conteúdos e necessidade de conhecer (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 4).
<i>Direitos e Deveres</i>	O direito à produção de informação, designadamente pelos órgãos de comunicação social e seus profissionais (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 5). O dever de informar (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 5).
<i>Áreas de Intervenção</i>	Segurança da informação, acesso à informação, comunicação organizacional interna, exploração de recursos tecnológicos, relacionamento com os OCS e investigação académica e científica (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, pp. 5–9).
<i>Divulgação, Ensino e Formação</i>	Acesso universal e gratuito , e obrigatoriedade de integrar os <i>curricula</i> de ensino e formação na PSP (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 9).
<i>Disposições Finais</i>	Deve ser considerada no planeamento estratégico da PSP , sendo revista de 2 em 2 anos, ou, a título excecional, quando tal se justifique (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 9).

Tabela 51 – Análise de conteúdo da Política de Informação da PSP (Apêndice E).

Em face do exposto e considerando a pretensão expressa na Política de Informação da PSP de definir as principais linhas e orientações desta força de segurança em matéria de estabelecimento de uma política de informação que promova a aproximação ao cidadão e projete a imagem institucional da

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

organização perante a sociedade (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 3), constata-se que o documento em apreço apenas se centra na questão do bem/valor informação e na forma como a instituição deverá controlar a sua criação, organização, produção e partilha, sem, contudo, estabelecer qualquer orientação estratégica em matéria de diretrizes, procedimentos e ações relacionadas com as diversas modalidades de comunicação da PSP no mundo real e no ciberespaço, com vista a promover, de forma eficiente e eficaz, uma verdadeira aproximação ao cidadão, bem como a imagem institucional da organização perante a sociedade.

CONCLUSÕES

De acordo com Aldrich e Mardsen (1988), as organizações são um pilar fundamental nas sociedades contemporâneas, desempenhando um papel fulcral na coordenação da ação coletiva dos indivíduos com vista levar a cabo ações e a concretizar objetivos que, fruto da complexidade das atuais sociedades, embora afetando singularmente a vida de cada pessoa, não poderiam ser realizados individualmente. Contudo, não obstante a sua importância e o poder que concentram (Aldrich e Mardsen, 1988), enquanto instituições produtivas e socialmente construídas com base num esqueleto organizacional que tem nas pessoas o seu principal ativo (Poiares, 2017), as organizações caracterizam-se por serem sistemas abertos que, não se bastando a si próprios, estão sujeitos e vulneráveis às incertezas e à conjuntura do meio envolvente. Neste sentido, tendo em vista assegurar a sua sobrevivência, as organizações procuram relacionar-se com outros sistemas, numa perspetiva de adaptação e transformação constantes que lhes permita não só atingir os seus objetivos organizacionais e promover a sua imagem, mas também antecipar, corresponder e satisfazer as necessidades e expectativas dos seus públicos (Camara, Guerra e Rodrigues, 2013, pp. 91–93).

Assim, face à multiplicidade complexa de exigências com que são confrontadas no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, em que os cidadãos, as empresas e as instituições públicas exercem, cada vez mais, as suas atividades, de forma permanente e em tempo real, conetados em rede no ciberespaço (Santos e Guedes, 2015), as organizações públicas, em linha com o que acontece no setor privado, têm procurado encontrar novas formas que permitam conciliar a legitimidade do Estado de direito com abordagens inovadoras de modernização, baseadas no denominado "*modelo de mercado*", dirigidas aos cidadãos, que, tal como acontece nas empresas, passam a ser vistos como clientes a quem é fornecido um produto/serviço e cuja satisfação se torna essencial assegurar (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 26–29).

Deste modo, com vista a responder de forma eficiente, eficaz, transversal e integrada às necessidades dos cidadãos (Louro *et al.*, 2015, pp. 9–10), que, no âmbito da atual Sociedade em Rede/da Informação, exigem abordagens menos burocratizadas, hierarquizadas e procedimentalizadas, assentes num conceito de governação integrada, que permita satisfazer as suas necessidades e expectativas (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 26–29), tem-se assistido à implementação e desenvolvimento de um conjunto de políticas públicas nas organizações governamentais, assentes em modelos proximais (Leitão, Alves e Pereira, 2016; Oliveira, 2006, pp. 112–113) que privilegiam uma intervenção baseada na aproximação ao cidadão e na comunicação com o mesmo (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 32–35) no mundo real e, mais recentemente, no ciberespaço (Cardoso *et al.*, 2015, p. 73), como acontece com a crescente presença de instituições públicas, nacionais e internacionais, na WWW através de páginas eletrónicas institucionais e de perfis nas plataformas de sociabilidade em linha/redes sociais (*e.g. Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn e Instagram*, entre outras).

Estas políticas, conforme mencionamos anteriormente, têm-se traduzido, por um lado, no aumento da capacidade de interação dos cidadãos com as instituições públicas (Carapeto e Fonseca, 2014, pp. 32–35) e, por outro, na reconfiguração do espaço público, que, no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, passou a depender largamente do sistema de comunicação global/local dos *media*, entre os quais se destacam, pelo seu papel decisivo, a *Internet* e as redes de comunicação horizontal (Castells, 2008), onde se incluem as mencionadas plataformas de sociabilidade em linha/redes sociais.

Segundo Tuchman (1988), nas sociedades contemporâneas os *media* têm um impacto decisivo tanto nos indivíduos como nas instituições, influenciando os movimentos sociais, as instituições políticas e o próprio núcleo da vida cívica, e afirmando-se, enquanto guardiões dos interesses dos cidadãos no espaço público, como instrumentos para o controlo da opinião pública que influem na interpretação que as pessoas têm dos factos e, conseqüentemente, na forma como vêem os acontecimentos e as instituições. Neste sentido, não será possível às organizações ignorarem a função central dos *media* nas sociedades contemporâneas, na medida em que tal poderá trazer-lhes conseqüências negativas tanto em termos de imagem no espaço público como de legitimação da sua ação através da opinião pública (Sousa, 2016, p. 1), sobretudo no atual contexto em que a *Internet* e as redes sociais em linha, em concorrência direta com os meios de comunicação social tradicionais (*e.g.* imprensa, rádio e televisão), se afirmam, cada vez mais, como os novos canais de comunicação do século XXI (Boyd e Ellison, 2007), consolidando a sua posição enquanto parte integrante da estratégia de convergência adotada pelas organizações, que, independentemente do seu carácter público ou privado, vêm nelas um veículo privilegiado para uma maior aproximação ao seu público (Campos, 2010).

No caso concreto das FSS, são diversos os autores que apontam o potencial estratégico da utilização das plataformas de sociabilidade na *Internet* no desenvolvimento das atividades policiais na Era Digital, nomeadamente em termos de promoção da imagem, de comunicação e interação com o cidadão, de aproximação ao cidadão e às comunidades, de desenvolvimento e otimização das diferentes vertentes do trabalho policial, de exponenciação da qualidade do serviço prestado, de obtenção de informação criminal e geral, de intervenção no espaço público, de transmissão de informação/conhecimento ao cidadão, de humanização das forças policiais e de apoio a toda a estrutura de tecnologias de informação e de comunicação das forças de segurança (Baccin e Cruz, 2016; Crump, 2011; Davis III, Alves e Sklansky, 2014; Deneff *et al.*, 2012; LexisNexis® Risk Solutions, 2014; Marta, 2014; Morgado e Ferraz, 2016; Moura, 2010; Passeira, 2011; Scholes-Fogg, 2012; The Police Foundation, 2014).

Assim, considerando o impacto das novas tecnologias de informação e de comunicação em todos os quadrantes de atividade da sociedade atual, designadamente a nível do acesso privilegiado a serviços, conteúdos, informações e notícias (Martins, 2015), e o potencial estratégico oferecido às

organizações pelas redes sociais na *Internet*, partimos para a presente investigação tendo como principal objetivo responder à seguinte questão de partida:

- Em que medida a presença da PSP nas redes sociais em linha, e mais concretamente no *Facebook*, contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma?

Face à pergunta de partida enunciada, emergiram as seguintes quatro questões derivadas, cuja pertinência se assumiu como essencial para a continuidade e sucesso da presente investigação:

- 1) Em que medida a informação em linha, através das redes sociais, pode potenciar a comunicação da PSP com o cidadão?
- 2) A presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais?
- 3) De que forma a utilização das redes sociais pela PSP pode criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão?
- 4) De que modo é que a PSP pode rentabilizar as novas dinâmicas tecnológicas na transmissão de informação ao cidadão?

Com vista a dar resposta às questões de partida e derivadas em apreço, procuramos definir e aplicar um protótipo de modelo de análise que, para além de nos permitir responder às mesmas, nos abrisse novas linhas e perspetivas de investigação nesta área de estudo.

Assim, começámos por apresentar um primeiro capítulo, de abordagem concetual, centrado no fenómeno da globalização enquanto processo conducente à emergência da Era da Informação, em que se verifica uma democratização e universalização do acesso aos recursos computacionais e à informação, que, no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, conduziu a uma transformação e reconfiguração do espaço público, alterando profundamente o funcionamento e a organização das instituições públicas e privadas, que, tal como procurámos demonstrar no caso concreto das organizações governamentais, se tem traduzido numa crescente presença no ciberespaço, nomeadamente através de páginas eletrónicas institucionais na WWW e de perfis nas redes sociais da *Internet*, com o objetivo de facilitar o relacionamento entre os cidadãos, as empresas e a Administração Pública, numa lógica de maior aproximação entre a sociedade civil e as organizações públicas (Cardoso *et al.*, 2015, p. 73).

No segundo capítulo, analisámos o advento e a evolução das redes sociais em linha e, não menos importante, o seu potencial estratégico a nível da comunicação organizacional na Era da Informação, com especial enfoque na presença institucional das FSS na *Internet*, através da análise dos casos da *London Metropolitan Police*, do Reino Unido, e da *Police Nationale*, de França, a nível europeu/internacional, e da PSP, da GNR, da PJ, do SEF e da ASAE, a nível nacional, que, para além de marcarem presença na WWW através de páginas eletrónicas institucionais, estão também presentes em plataformas de sociabilidade em linha, como o *Facebook*, o *Twitter* e o *YouTube*, entre outras,

onde partilham conteúdos reativos, preventivos e generalistas de natureza informativa (*e.g.* vídeos, imagem e textos), com vista a fomentar uma maior aproximação ao cidadão e à comunidade.

Por fim, no terceiro e último capítulo, centrámo-nos no estudo de caso da página institucional da PSP na rede social *Facebook*, cujo trabalho de campo incidiu sobre os seguintes objetos: páginas institucionais da PSP, da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale* na rede social *Facebook*; cobertura dada pelos *media* à página de *Facebook* da PSP; entrevistas a elementos ligados ao GIRP; questionário anónimo *online* a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*; questionário anónimo *online* a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI; e Política de Informação da PSP.

No que respeita à análise comparativa entre as páginas institucionais da PSP, da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale* na rede social *Facebook* no biénio 2015-2016, começamos por destacar o facto de a PSP apresentar um total de 594.000 seguidores na sua página na rede social em apreço, superando o número de utilizadores que seguem a página da *London Metropolitan Police* (169.000), mas ficando aquém do número de utilizadores que seguem a página da *Police Nationale* (671.090).

Em relação aos conteúdos produzidos e partilhados nas páginas institucionais da PSP, da *London Metropolitan Police* e da *Police Nationale* na rede social *Facebook* na amostra representativa de meses selecionados no biénio 2015-2016, constata-se que a PSP produziu e partilhou 688 conteúdos, a *London Metropolitan Police* produziu e partilhou 204 conteúdos, e a *Police Nationale* produziu e partilhou 429 conteúdos.

No que concerne à categorização dos conteúdos produzidos e partilhados pelas forças policiais em apreço, constata-se que a PSP apresenta uma tendência para a produção e partilha de conteúdos de natureza preventiva/reactiva (231 reativos, 274 preventivos e 183 generalistas), enquanto os conteúdos produzidos pela *London Metropolitan Police* (57 reativos, 65 preventivos e 82 generalistas) e pela *Police Nationale* (95 reativos, 174 preventivos e 160 generalistas) são, sobretudo, de natureza generalista/preventiva e preventiva/generalista, respetivamente. Esta constatação assume ainda uma maior relevância se consideramos, por um lado, que tanto o Reino Unido como a França apresentam um índice de segurança bastante inferior ao de Portugal (Institute for Economics and Peace, 2015, pp. 8–9, 2016, pp. 8–11) e, por outro, que no referido período ocorreram diversos incidentes de natureza terrorista nos territórios onde as forças de segurança em apreço desenvolvem a sua ação, o que, do nosso ponto de vista, poderia justificar uma maior tendência das mesmas para a produção e partilha de conteúdos nas redes sociais em geral, e mais concretamente no *Facebook*, de carácter marcadamente preventivo/reactivo ou reativo/preventivo.

Este último conjunto de resultados encontrados sugerem o efeito de serendipidade do trabalho empírico (Campa, 2008; Merton, 1973), razão pela qual consideramos importante o desenvolvimento de um trabalho futuro de

investigação, que não nos foi possível fazer no âmbito da presente dissertação, tendo em vista uma melhor compreensão dos padrões que influenciam a produção e partilha de conteúdos pelas FSS nas plataformas de sociabilidade em linha, e mais concretamente no *Facebook*, cujo foco se centre na relação entre a tipologia de conteúdos produzidos e partilhados pelas forças de segurança nas redes sociais e os acontecimentos que marcam a atualidade da atividade das FSS no momento da produção e partilha dos conteúdos em questão.

No que respeita ao número de interações dos utilizadores com os referidos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP, pela *London Metropolitan Police* e pela *Police Nationale* nas suas páginas institucionais no *Facebook*, constata-se que no biénio 2015-2016 a PSP registou um total de 743.585 interações (648.915 reações, 27.385 comentários e 67.285 partilhas), superando as 148.570 interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da *London Metropolitan Police* (110.178 reações, 11.674 comentários e 26.718 partilhas), mas ficando aquém das 1.702.203 interações geradas pela produção e partilha de conteúdos por parte da *Police Nationale* (1.085.069 reações, 71.932 comentários e 545.202 partilhas).

Relativamente ao índice de interação gerado pelos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP, pela *London Metropolitan Police* e pela *Police Nationale* na rede social *Facebook*, constata-se que em 2015 a página da PSP apresentou um índice de interação na ordem dos 10,99% e que em 2016 o mesmo cresceu acentuadamente, chegando aos 25,61%. No entanto, não obstante este crescimento registado no índice de interação da PSP, no biénio 2015-2016 o mesmo ficou aquém dos índices de interação da *London Metropolitan Police* (48,73% em 2015 e 38,55% no ano de 2016) e da *Police Nationale* (40,93% em 2015 e 68,42% no ano de 2016).

Neste capítulo, torna-se ainda importante assinalar, por um lado, o crescimento dos índices de interação registados pela PSP e pela *Police Nationale* de 2015 para 2016 e, por outro, a quebra do índice de interação registado pela *London Metropolitan Police* no mesmo período. Se no caso da PSP e da *Police Nationale* este crescimento do índice de interação poderá estar relacionado com uma maior preponderância do número de conteúdos produzidos e partilhados de determinada categoria (reativa, preventiva ou generalista) ou, como aconteceu no caso concreto da força policial francesa, com a organização de um grande evento desportivo, no caso da *London Metropolitan Police* não vislumbramos a possível razão para o decréscimo do índice de interação de um ano para o outro, sobretudo se consideramos que no ano de 2016 existiram, conforme referimos em momento anterior, dois incidentes de natureza terrorista no território de Londres, que poderiam justificar uma maior interação entre os cidadãos e esta força policial.

Também aqui, novamente confrontados com um possível efeito de serendipidade do trabalho empírico (Campa, 2008; Merton, 1973), por não nos ter sido possível fazê-lo no âmbito da presente dissertação, consideramos importante o desenvolvimento de uma investigação futura que se centre nos acontecimentos e na tipologia de conteúdos produzidos e partilhados pelas FSS,

mas, desta feita, com vista a compreender quais os acontecimentos e tipo de conteúdos que, pela sua natureza e características, possam ter uma maior ou menor propensão para gerar o aumento ou a diminuição do índice de interação dos utilizadores com os conteúdos produzidos e partilhados pelas forças policiais nas redes sociais na *Internet*.

Em relação à cobertura noticiosa dada pelos *media* de língua portuguesa na WWW à atividade de produção e partilha de conteúdos pela PSP na rede social *Facebook* no biénio 2015-2016, optamos por destacar o crescimento acentuado que estas notícias registaram, evoluindo de 6,18% do total de conteúdos publicados sobre a PSP em 2015 para 14,65% no ano de 2016. Em nosso entendimento, este crescimento da atenção dada pelos *media* de língua portuguesa na WWW à atividade de produção e partilha de conteúdos pela PSP na rede social *Facebook* deverá estar relacionado com a maior preponderância ganha pela página da PSP na mencionada rede social, que em 2016 apresentou um crescimento acentuado do número de interações dos utilizadores com os conteúdos ali produzidos e partilhados, refletido num aumento significativo do índice de interação de 10,99% em 2015 para 25,61% no ano de 2016.

No que respeita às entrevistas realizadas à amostra constituída por três elementos da carreira de Oficial de Polícia da PSP, que no biénio 2015-2016 estavam colocados no GIRP com funções de direção, coordenação e/ou de gestão dos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional na plataforma de sociabilidade em linha *Facebook*, destaca-se o reconhecimento do potencial e da utilização estratégica das redes sociais, e mais concretamente do *Facebook*, por parte da PSP, designadamente para estreitar as relações de proximidade com o cidadão e potenciar a comunicação com o mesmo, para promover a imagem da organização, para facilitar a resposta às necessidades e expectativas do cidadão, nomeadamente em termos de reforço do sentimento de segurança, para criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão, e para o desenvolvimento das suas atividades policiais.

Contudo, em relação ao potencial e à utilização estratégica das redes sociais, e mais concretamente do *Facebook*, por parte da PSP com vista a exponenciar a qualidade do serviço prestado por esta força de segurança, embora a maioria dos entrevistados tenha reconhecido o potencial em questão e referido que existe um contributo visível da utilização das plataformas de sociabilidade com essa finalidade, um dos entrevistados (E3) referiu que tal não será tão claro, na medida em que se trata de um aspeto que se relaciona com as perceções de cada indivíduo em relação à PSP e à sua presença nas referidas plataformas de sociabilidade, como é o caso do *Facebook*.

Fica também patente, através dos discursos produzidos pela maioria dos entrevistados (E2 e E3), que não existe ainda na PSP o *know-how* necessário para aproveitar plenamente o potencial das plataformas de sociabilidade em linha, sendo por isso necessário que a organização invista na formação de especialistas na área das redes sociais, com vista a garantir um melhor aproveitamento do potencial comunicacional destas plataformas de sociabilidade na *Internet*.

No que concerne ao questionário aplicado a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*, começamos por destacar a larga percentagem de inquiridos que referiram utilizar as plataformas de sociabilidade em linha diariamente/várias vezes ao dia a partir de casa (82,14%), do trabalho (57,42%), de locais públicos com acesso livre à *Internet* (32,97%) e de outros locais (28,85%), tanto através do telemóvel (65,44%) como do PC (48,44%). Neste capítulo, destaca-se ainda o elevado grau de facilidade com que os indivíduos da amostra não representativa de utilizadores da *Internet* avaliam a utilização das redes sociais.

Em relação à motivação da amostra não representativa de utilizadores da *Internet* para a utilização das redes sociais e à importância atribuída à mesma, destaca-se a percentagem de indivíduos que referiram utilizar as plataformas de sociabilidade em questão para se manterem informados/atualizados acerca dos principais assuntos da atualidade (política, económica, social, desportiva, entre outros), com 33,24% dos sujeitos a atribuírem muita importância a esta motivação e 40,75% a afirmarem ser um motivo importante. Ainda neste âmbito, destacamos também a utilização das redes sociais por motivo de sociabilidade (estreitar relações de amizade e/ou fazer novas amizades), que foi referida como sendo importante para 24,86% dos sujeitos e como relativamente importante por 31,79% dos inquiridos.

No que respeita às plataformas de sociabilidade mais utilizadas pela amostra não representativa de utilizadores da *Internet*, destacam-se o *Facebook*, com 78,61% dos sujeitos que a selecionaram a responderem ser a que mais utilizam, seguindo-se o *YouTube* (16,18%) e o *Instagram* (13,87%).

Quanto às atividades desenvolvidas com maior frequência nas redes sociais pela amostra não representativa de utilizadores da *Internet*, são sobretudo relacionadas com a partilha de conteúdos, referida por 27,35% dos indivíduos como sendo feita com alguma frequência, por 26,47% de quando em vez e por 18,53% muito frequentemente, e com a interação com outros utilizadores, mencionada por 28,24% dos sujeitos como sendo feita com alguma frequência, por 23,82% todos os dias e por 21,18% muito frequentemente.

Outro aspeto a destacar é o grau bastante satisfatório com que a amostra não representativa de utilizadores da *Internet* avalia a presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem e de contribuir para uma maior aproximação ao cidadão, sendo também de referir que a PSP é a organização que a maioria dos sujeitos inquiridos dizem seguir nas redes sociais (52,42%), avaliando de forma bastante satisfatória a sua presença nas plataformas de sociabilidade com vista a promover a imagem da instituição, a potenciar a comunicação com o cidadão, a aumentar a proximidade ao mesmo e a responder às suas necessidades e expectativas, nomeadamente em termos de reforço do sentimento de segurança. Ainda neste capítulo, importa referir que 71,30% dos inquiridos avaliaram de forma positiva, muito positiva e excelente a presença da PSP na rede social *Facebook*, em termos de promoção da imagem institucional, do

aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado por esta força policial.

No que concerne ao questionário aplicado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do Mestrado Integrado em Ciências Policiais do ISCPPI, começamos por destacar a larga percentagem de inquiridos que, em linha com os resultados obtidos no questionário à amostra não representativa de utilizadores da *Internet*, referiram utilizar as plataformas de sociabilidade em linha diariamente/várias vezes ao dia a partir de casa (80,00%), do trabalho (70,67%), de locais públicos com acesso livre à *Internet* (48,00%) e de outros locais (45,33%), tanto através do telemóvel (84,00%) como do PC (24,00%). Neste capítulo, destaca-se, também aqui em sintonia com os resultados da amostra não representativa de utilizadores da *Internet*, o elevado grau de facilidade com que os indivíduos avaliam a utilização das redes sociais.

Em relação à motivação da amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do Mestrado Integrado em Ciências Policiais do ISCPPI, para a utilização das redes sociais e à importância atribuída à mesma, destaca-se a percentagem de indivíduos que referiram utilizar as plataformas de sociabilidade em questão para se manterem informados/atualizados acerca dos principais assuntos da atualidade (política, económica, social, desportiva, entre outros), com 43,24% dos sujeitos a afirmarem ser um motivo importante e 43,24% a considerarem ser uma motivação muito importante. Ainda neste âmbito, destacamos também a utilização das redes sociais por motivo de sociabilidade (estreitar relações de amizade e/ou fazer novas amizades), que foi referida como sendo relativamente importante para 40,54% dos sujeitos e como importante por 35,14% dos inquiridos. Estes resultados, embora com alguma variação quanto ao grau de importância atribuído pelos sujeitos da amostra, surgem em consonância com os resultados obtidos no questionário aplicado à amostra não representativa de utilizadores da *Internet*.

No que respeita às plataformas de sociabilidade mais utilizadas pela amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do Mestrado Integrado em Ciências Policiais do ISCPPI, destacam-se o *Facebook*, com 82,19% dos sujeitos que a selecionaram a responderem ser a que mais utilizam, seguindo-se o *Instagram* (28,77%) e o *YouTube* (19,18%). Tal como nas situações anteriores, não obstante a alteração de posições entre estas duas últimas plataformas de sociabilidade na preferência dos inquiridos, os resultados obtidos confirmam a primazia da utilização destas redes sociais já evidenciado nas respostas ao questionário aplicado à amostra não representativa de utilizadores da *Internet*.

Quanto às atividades desenvolvidas com maior frequência nas redes sociais pela amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do Mestrado Integrado em Ciências Policiais do ISCPPI, são sobretudo relacionadas com a partilha de conteúdos, referida por 31,51% dos indivíduos como sendo feita com alguma frequência, por 26,03% de quando em vez e por 16,44% muito frequentemente, e com a interação com outros utilizadores, mencionada por 49,32% dos sujeitos como sendo feita muito frequentemente, por 21,92% todos os dias e por 13,70% de quando em vez. Ainda que com algumas

variações, estes resultados surgem também em concordância com os resultados obtidos no questionário aplicado à amostra não representativa de utilizadores da *Internet*.

Outro aspeto a destacar é o grau bastante satisfatório com que a amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do Mestrado Integrado em Ciências Policiais do ISCPSP, avalia a presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem e de contribuir para uma maior aproximação ao cidadão, sendo também de referir que a PSP é a organização que a maioria dos sujeitos inquiridos dizem seguir nas redes sociais (97,22%), avaliando de forma bastante satisfatória a sua presença nas plataformas de sociabilidade com vista a promover a imagem da instituição, a potenciar a comunicação com o cidadão, a aumentar a proximidade ao mesmo e a responder às suas necessidades e expectativas, nomeadamente em termos de reforço do sentimento de segurança. Ainda neste capítulo, importa referir que 94,44% dos inquiridos avaliaram de forma positiva, muito positiva e excelente a presença da PSP na rede social *Facebook*, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado por esta força policial.

No que concerne a estes últimos resultados, embora surjam em linha com os obtidos no questionário aplicado à amostra não representativa de utilizadores da *Internet*, importa referir que acabam por ser significativamente mais representativos a nível da percentagem de seguidores da PSP nas redes sociais e na avaliação que fazem da presença desta força de segurança na plataforma de sociabilidade *Facebook*, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado por esta força policial. Deste modo, se esta maior representatividade dos resultados em apreço poderá ser vista como consequência da amostra de inquiridos ser exclusivamente composta por alunos do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP, que, enquanto futuros Oficiais da PSP, se identificam com a cultura, os valores e a visão desta força de segurança, não deixa também de revelar, na nossa perspetiva, a forma como aqueles olham para o potencial estratégico que a utilização das redes sociais na *Internet* oferece à PSP, no contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, em que os cidadãos, as empresas e as instituições públicas exercem, cada vez mais, as suas atividades, de forma permanente e em tempo real, conetados em rede no ciberespaço.

Em relação à análise da Política de Informação da PSP, apesar da pretensão expressa de se afirmar como um documento orientador para promover a aproximação da PSP ao cidadão e para projetar a imagem institucional da organização perante a sociedade (Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública, 2011, p. 3), destaca-se o facto de ser um documento formal que se centra exclusivamente na questão da informação enquanto valor/bem, não estabelecendo qualquer diretriz estratégica relacionada com as diversas modalidades de comunicação da PSP no mundo real e no ciberespaço.

Assim, não obstante ter ficado patente nas entrevistas realizadas aos elementos do GIRP a existência na PSP de uma estratégia de utilização das

redes sociais na *Internet*, e mais concretamente do *Facebook*, com vista a promover a imagem da organização, a aumentar a proximidade ao cidadão e a melhorar a qualidade do serviço prestado por esta força de segurança, constata-se que a mesma não se encontra materializada na atual Política de Informação da PSP, o que, do nosso ponto de vista, acaba por funcionar como uma potencial fragilidade para esta força policial, na medida em que a comunicação se tornou numa componente estratégica para o posicionamento das organizações perante a competitividade imposta pelas transformações económicas, políticas e sociais num mundo profundamente marcado pelo fenómeno da globalização (Nery, 2010).

Em face do exposto, considerando que, não obstante as nossas diligências, não encontramos qualquer documento orientador desta força de segurança que estabeleça as diretrizes, os procedimentos e as ações relacionadas com as diversas modalidades de comunicação na PSP, consideramos importante deixar aqui a nossa sugestão para que seja criada e desenvolvida uma Política de Comunicação formal na PSP, que, perante os complexos desafios e exigências colocados às organizações na atualidade (Nassar, [s.d.]), estabeleça as diretrizes, os procedimentos e as ações relacionadas com as diversas modalidades de comunicação no mundo real e no ciberespaço, com vista a uma gestão eficiente e eficaz que promova não só a aproximação ao cidadão e a imagem institucional da organização perante a sociedade, mas também a qualidade do serviço prestado por esta força de segurança.

Por fim, tendo em conta que a investigação deve ser conduzida, numa linha de continuidade, desde a interrogação inicial até à apresentação dos resultados obtidos (Coutinho, 2015, p. 6), passamos de seguida a responder às questões de partida e derivadas colocadas no âmbito da presente investigação.

Deste modo, no que respeita à nossa questão de partida, os resultados obtidos no âmbito da presente investigação permitem-nos concluir que a presença da PSP nas redes sociais em linha, e mais concretamente no *Facebook*, contribui para promover a imagem institucional da organização e para aumentar a proximidade ao cidadão, na medida em que estas plataformas, para além de exponenciarem as capacidades de expressão e sociabilidade, proporcionando aos diferentes atores que nelas participam, sejam eles indivíduos ou organizações, a possibilidade de interagir e de comunicar em tempo real entre si, facilitam, como acontece no caso concreto da PSP, a continuação no ciberespaço de estratégias de policiamento utilizadas e implementadas no mundo real, como, por exemplo, o policiamento de proximidade, assim como a transmissão de informação ao cidadão. A sustentar estas conclusões estão:

- Os resultados da análise aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página no *Facebook* na amostra representativa de meses selecionados do biénio 2015-2016, em que se registou um crescimento significativo do número de interações dos utilizadores com os mesmos, refletido no aumento acentuado do índice de interação de 10,99% em 2015 para 25,61% no ano de 2016;

- Os resultados da análise aos conteúdos produzidos e partilhados pelos *media* de língua portuguesa na WWW no biénio 2015-2016, que apontam para uma maior atenção por parte dos OCS aos conteúdos de natureza reativa, preventiva e generalista produzidos e partilhados pela PSP na sua página no *Facebook*, como ficou patente no crescimento acentuado do peso dos conteúdos noticiosos sobre esta matéria no total da cobertura noticiosa feita sobre a PSP em 2016;
- Os resultados das entrevistas realizadas aos três elementos da carreira de Oficial de Polícia que, no biénio 2015-2016, estavam colocados no GIRP com funções de direção, coordenação e/ou de gestão dos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no *Facebook*, que, de um ponto de vista institucional, reconhecem o potencial estratégico e o contributo da presença da PSP nas redes sociais em linha, e mais concretamente no *Facebook*, para promover a imagem institucional da organização e para aumentar a proximidade ao cidadão;
- Os resultados dos questionários aplicados a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet* e a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais do ISCPSI, que avaliaram de forma muito positiva e bastante satisfatória a presença da PSP nas redes sociais, e mais concretamente no *Facebook*, com vista a promover a imagem da instituição, a potenciar a comunicação com o cidadão e a dar resposta às necessidades e expetativas daquele.

No que concerne ao contributo da presença da PSP nas redes sociais, e mais concretamente no *Facebook*, para exponenciar a qualidade do serviço por si prestado, embora acompanhando o entendimento de um dos entrevistados (E3), que referiu não ser possível avaliar de forma objetiva essa vertente devido a ser um aspeto que se relaciona com as perceções de cada indivíduo em relação à PSP e à sua presença nas plataformas de sociabilidade, concluímos também que esse contributo existe, sendo reconhecido pela opinião pública e no espaço público, conforme ficou demonstrado na avaliação efetuada pelas amostras de inquiridos nos referidos questionários aplicados no âmbito da presente investigação e na grande popularidade da atividade da PSP na sua página no *Facebook*, confirmada pelo número de interações dos utilizadores com os conteúdos ali produzidos e partilhados por aquela força policial, e pela crescente atenção dada pelos *media* de língua portuguesa na WWW àqueles conteúdos produzidos e partilhados pela mesma.

Em relação à nossa primeira questão derivada, relativa à forma como a informação em linha, através das redes sociais, pode potenciar a comunicação da PSP com o cidadão, com base nos resultados obtidos na presente investigação, entendemos que será, sobretudo, através do aproveitamento das potencialidades comunicacionais oferecidas pelas plataformas de sociabilidade em questão, que, para além de facilitarem a interação entre os participantes nas mesmas, permitem a partilha de conteúdos informativos relacionados com a atividade corrente da PSP, designadamente em termos de informação

institucional, de trânsito, de prevenção, de eventos e de conselhos de segurança, entre outros.

No que respeita à nossa segunda pergunta derivada, referente ao potencial da presença e do relacionamento da PSP nas redes sociais para estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais, tendo em consideração os resultados obtidos nesta investigação, entendemos que esta presença e relacionamento nas plataformas de sociabilidade na *Internet* apresenta como principal potencial o aumento das capacidades de comunicação e de interação desta força de segurança com o cidadão, facilitando, deste modo, uma maior proximidade da PSP àquele, assim como a auscultação das suas necessidades e expetativas, o que acaba por estimular, conforme ficou patente nas respostas da maioria dos elementos do GIRP que entrevistámos, o desenvolvimento das atividades policiais da PSP com vista a dar resposta às mencionadas necessidades e expetativas identificadas.

Relativamente à nossa terceira questão, concernente à forma como a utilização das redes sociais pela PSP pode criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão, considerando os resultados obtidos no âmbito da presente investigação, entendemos que vai um pouco de encontro ao que já respondemos nas perguntas anteriores, passando pelo aproveitamento das potencialidades comunicacionais destas plataformas de sociabilidade para fomentar a interação com os cidadãos e a partilha de conteúdos informativos, procurando sempre auscultar atentamente aquelas que são as necessidades e expetativas expressas por aqueles em matéria de segurança, no mundo real e no ciberespaço, num espaço público altamente mediatizado no âmbito da atual Sociedade em Rede/da Informação.

Para terminar, no que concerne à quarta pergunta derivada, relativa ao modo como a PSP pode rentabilizar as novas dinâmicas tecnológicas na transmissão de informação ao cidadão, considerando os resultados obtidos no âmbito da presente investigação e um pouco em linha com o que temos vindo a responder, entendemos que passará sempre pelo melhor aproveitamento possível das potencialidades de comunicação, interação e partilha oferecidas por estas novas dinâmicas tecnológicas, numa lógica de evolução, na nossa perspetiva, para um modelo de policiamento digital que vá para além da mera lógica de comunicação, que promova a transmissão de informação ao cidadão e a oferta de serviços por parte da PSP no ciberespaço, tendo vista não só a promoção da imagem da organização, mas também uma maior aproximação ao cidadão e a melhoria da qualidade do serviço prestado por esta força de segurança.

Seguidamente, apresentamos a sinopse de resultados do nosso trabalho de campo que serviram de base às respostas apresentadas para a questão de partida e perguntas derivadas (Tabela 52), com a qual encerramos a presente dissertação.

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública

Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Resultados do Trabalho de Campo	Pergunta de Partida	Questões Derivadas		
<p>Em que medida a presença da PSP nas redes sociais em linha, e mais concretamente no Facebook, contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma?</p>	<p>Em que medida a informação em linha, através das redes sociais, pode potenciar a comunicação da PSP com o cidadão?</p>	<p>A presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais?</p>	<p>De que forma a utilização das redes sociais pela PSP pode criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão?</p>	<p><i>De que modo é que a PSP pode rentabilizar as novas dinâmicas tecnológicas na transmissão de informação ao cidadão?</i></p>
<p>Análise comparativa entre as páginas institucionais da PSP, da London Metropolitan Police e da Police Nationale na rede social Facebook</p>	<p>O elevado número de interações dos seguidores com os conteúdos produzidos e partilhados pela PSP no biénio 2015-2016.</p> <p>O aumento acentuado do índice de interação dos utilizadores com os conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página no Facebook, tendo evoluído de 10,99% em 2015 para 25,61% no ano de 2016.</p>	<p>O elevado número de utilizadores que seguem a página da PSP (594.000) na rede social Facebook.</p>	<p>O elevado número de interações dos seguidores com os conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página no Facebook (743.585) na amostra representativa de meses selecionados no biénio 2015-2016.</p>	<p>O elevado número de interações dos seguidores com os conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página no Facebook, tendo evoluído de 10,99% em 2015 para 25,61% no ano de 2016.</p>
<p>Análise de conteúdo da cobertura dada pelos media à atividade, produção e partilha de conteúdos por parte da PSP na rede social Facebook</p>	<p>A maior atenção dos media de língua portuguesa na WWW aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP no Facebook: em 2015 a cobertura noticiosa sobre esta matéria representava 6,18% do total das notícias publicadas, tendo passado a representar 14,65% no ano de 2016.</p>	<p>Os inquiridos consideram que a presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais, através do discurso, transparente, produzido na Internet, que responde à pergunta em apreço, embora o ideal seja evoluir de uma mera lógica de comunicação para o patrunhamento online, essa não é ainda a realidade atual nas forças de segurança portuguesas.</p>	<p>A totalidade dos entrevistados considera que a presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais, através do discurso, transparente, produzido na Internet, que responde à pergunta em apreço, embora o ideal seja evoluir de uma mera lógica de comunicação para o patrunhamento online, essa não é ainda a realidade atual nas forças de segurança portuguesas.</p>	<p>Os inquiridos consideram que o caminho passará pelo aproveitamento do know-how existente na organização e pela especialização dos recursos humanos, assim como pela continuidade e reforço do trabalho que a PSP já vem fazendo nas redes sociais, procurando aproveitar o potencial das plataformas em apreço para chegar a um maior número de pessoas, aumentar a proximidade e a vertente de prevenção, e informar e esclarecer os cidadãos sobre determinados momentos e acontecimentos que marcam a atualidade, sempre numa perspectiva de utilização das tecnologias de informação e de comunicação para trabalhar a favor da organização e equilibrar a balança num espaço público altamente mediado.</p>
<p>Entrevistas individuais aos elementos ligados ao Gabinete de Imprensa e Relações Públicas da Direção Nacional da Polícia de Segurança Pública</p>	<p>A maioria dos inquiridos considera que a presença da PSP na rede social Facebook contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma.</p>	<p>Os inquiridos consideram que será através da possibilidade de comunicação em tempo real oferecida pelas plataformas de exposição na Internet, que, para além de exponenciar, como acontece no caso do Facebook, a capacidade de comunicação da PSP com os cidadãos e destes com aquela organização, facilitam também as relações de proximidade entre ambos através do ciberespaço.</p>	<p>A totalidade dos entrevistados considera que a presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais, através do discurso, transparente, produzido na Internet, que responde à pergunta em apreço, embora o ideal seja evoluir de uma mera lógica de comunicação para o patrunhamento online, essa não é ainda a realidade atual nas forças de segurança portuguesas.</p>	<p>Os inquiridos consideram que o caminho passará pelo aproveitamento do know-how existente na organização e pela especialização dos recursos humanos, assim como pela continuidade e reforço do trabalho que a PSP já vem fazendo nas redes sociais, procurando aproveitar o potencial das plataformas em apreço para chegar a um maior número de pessoas, aumentar a proximidade e a vertente de prevenção, e informar e esclarecer os cidadãos sobre determinados momentos e acontecimentos que marcam a atualidade, sempre numa perspectiva de utilização das tecnologias de informação e de comunicação para trabalhar a favor da organização e equilibrar a balança num espaço público altamente mediado.</p>
<p>Questionário anónimo online aplicado a uma amostra não representativa de utilizadores da Internet</p>	<p>O grau bastante satisfatório com que é avaliada a presença das organizações governamentais, em geral, e da PSP, em particular, nas redes sociais, com vista a promover a sua imagem e contribuir para uma maior aproximação ao cidadão.</p>	<p>A maioria dos inquiridos (52,42%) referiram seguir as páginas/perfis institucionais da PSP nas redes sociais.</p>	<p>A maioria dos inquiridos (52,42%) referiram seguir as páginas/perfis institucionais da PSP nas redes sociais.</p>	<p>A maioria dos inquiridos (52,42%) referiram seguir as páginas/perfis institucionais da PSP nas redes sociais.</p>
<p>Questionário anónimo online aplicado a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna</p>	<p>A avaliação bastante satisfatória da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança.</p> <p>71,30% dos inquiridos avaliaram de forma positiva, muito positiva e excelente a presença da PSP na rede social Facebook, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado por esta força policial.</p> <p>O grau bastante satisfatório com que é avaliada a presença das organizações governamentais, em geral, e da PSP, em particular, nas redes sociais, com vista a promover a sua imagem e contribuir para uma maior aproximação ao cidadão.</p>	<p>A maioria dos inquiridos (97,22%) referiram seguir as páginas/perfis institucionais da PSP nas redes sociais.</p>	<p>A maioria dos inquiridos (97,22%) referiram seguir as páginas/perfis institucionais da PSP nas redes sociais.</p>	<p>A maioria dos inquiridos (97,22%) referiram seguir as páginas/perfis institucionais da PSP nas redes sociais.</p>
<p>Análise da Política de Informação da Polícia de Segurança Pública</p>	<p>A avaliação bastante satisfatória da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança.</p> <p>94,44% dos inquiridos avaliaram de forma positiva, muito positiva e excelente a presença da PSP na rede social Facebook, em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado por esta força policial.</p>	<p>Sem resposta.</p>	<p>Sem resposta.</p>	<p>Sem resposta.</p>

Tabela 52 – Sinopse de resultados do trabalho de campo que serviram de base às respostas apresentadas para a questão de partida e perguntas derivadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIRES, Luísa - **Paradigma Qualitativo e Práticas de Investigação Educacional** [Em linha]. Lisboa: Universidade Aberta, 2015 [Consult. 30 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/2028/4/Paradigma_Qualitativo (1ª edição_atualizada).pdf>. ISBN 978-989-97582-1-6.

ALDRICH, Howard E.; MARDSEN, Peter V. - Environments and Organizations. Em NEIL J. SMELSER (Ed.) - **Handbook of Sociology**. California: Sage Publications, Inc., 1988. ISBN 0-8039-2665-0. p. 361–392.

ALMEIDA, Paulo Pereira De - **Crime e Segurança: 100 Contributos para as Políticas Públicas de Combate à Criminalidade**. [S.l.]: Deplano Btework, SA, 2014. ISBN 978-989-713-117-2.

AMA - AGÊNCIA PORTUGUESA PARA A MODERNIZAÇÃO ADMINISTRATIVA - **Sobre o Portal** [Em linha], atual. 2015. [Consult. 1 mar. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.portaldocidadao.pt/sobre-o-portal>.

AMA - AGÊNCIA PORTUGUESA PARA A MODERNIZAÇÃO ADMINISTRATIVA, I. P. - **Simplex+ 2016** [Em linha] [Consult. 28 set. 2016]. Disponível em WWW:<URL:https://www.simplex.gov.pt/programa>.

AMA - AGÊNCIA PORTUGUESA PARA A MODERNIZAÇÃO ADMINISTRATIVA, I. P. - **Simplex+ 2017** [Em linha] [Consult. 27 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.simplex.gov.pt/app/files/2be564a25d459ae970c41bbe65d51064.pdf>.

AMARAL, Inês - **Redes Sociais na Internet: Sociabilidades Emergentes**. Covilhã: Editora LabCom.IFP, 2016. ISBN 978-989-654-352-5.

ANGÉLICO, José - Mais de 90 mil efetivos garantem segurança - Euro 2016. **Jornal Record**. [Em linha] (26 mai. 2016). [Consult. 4 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.record.pt/internacional/competicoes-de-selecoes/europeu/euro-2016/detalhe/mais-de-90-mil-efetivos-garantem-seguranca.html>.

ARAÚJO, Adérito - **As pontes de Königsberg** [Em linha] [Consult. 19 mar. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.mat.uc.pt/~alma/escolas/pontes/>.

ARBACHE, Jorge - «O intervencionismo está a tornar-se a norma». **Expresso, Primeiro Caderno**. (21 jan. 2017). 10.

ASAE - **Áreas de Intervenção da ASAE** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 4 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.asae.pt/pagina.aspx?f=1&js=0&codigono=5327AAAAA&aberto=1>.

ASAE - **Site da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica** [Em linha], atual. 2017a. [Consult. 5 jun. 2017]. Disponível em

WWW:<URL:http://www.asae.pt/>.

ASSEMBLEIA CONSTITUINTE - Constituição da República Portuguesa - VII Revisão Constitucional (1976). Lei Constitucional n.º 1/2005. **Diário da República. I Série A.** 155 (2005-08-12).

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA - Lei Quadro da Política Criminal (2006). Lei n.º 17/2006. **Diário da República. I Série.** 99 (2006-05-23).

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA - Lei Orgânica da Polícia de Segurança Pública (2007). Lei n.º 53/2007. **Diário da República. I Série.** 168 (2007-08-31).

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA - Lei Orgânica da Guarda Nacional Republicana (2007a). Lei n.º 63/2007. **Diário da República. I Série.** 213 (2007-11-06).

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA - Lei Orgânica da Polícia Judiciária (2008). Lei n.º 37/2008. **Diário da República. I Série.** 151 (2008-08-06).

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA - Lei de Organização da Investigação Criminal (2008a). Lei n.º 49/2008. **Diário da República. I Série.** 165 (2008-08-27).

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA - Lei de Segurança Interna (2008b). Lei n.º 53/2008. **Diário da República. I Série.** 167 (2008-08-29).

AUGÉ, Marc - **Não-Lugares: Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade.** 3.^a ed. Lisboa: Livraria Letra Livre, 2012. ISBN 978-989-8268-14-3.

AUTORIDADE TRIBUTÁRIA E ADUANEIRA - **Portal das Finanças** [Em linha], atual. 2016. [Consult. 1 mar. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.portaldasfinancas.gov.pt/at/html/index.html>.

AZEVEDO, Virgílio - Governo quer pôr Portugal no top da Europa em competências digitais. **Expresso, Primeiro Caderno.** (1 abr. 2017). 26.

BACCIN, Leonardo Rincon Stankiewicz; CRUZ, Tércia Maria Ferreira Da - Uma reflexão sobre a utilização das redes sociais como forma de auxílio à atuação da polícia comunitária. **Revista Ordem Pública.** 8:2 (2016) 13–34.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. - Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication.** 13:1 (2007) 210–230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.

BUHR, Daniel *et al.* - **On the Way to Welfare 4.0? Digitalisation of the Welfare State in Labour Market, Health Care and Innovation Policy: A European Comparison** [Em linha]. Berlin: [s.n.], 2017 [Consult. 11 jan. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://library.fes.de/pdf-files/id/13010.pdf>.

CAMARA, Pedro B. Da; GUERRA, Paulo Balreira; RODRIGUES, Joaquim Vicente - **Humanator XXI: Recursos Humanos e Sucesso Empresarial.** 6.^a ed. Alfragide: Publicações Dom Quixote, 2013. ISBN 978-972-20-5337-2.

CAMPA, Riccardo - Making Science by Serendipity. A review of Robert K. Merton and Elinor Barber's The Travels and Adventures of Serendipity. **Journal of Evolution and Technology.** 17:1 (2008) 75–83.

CAMPOS, Francisco - Os grupos mediáticos poñen o ollo na economía da afiliación e a colaboración das redes sociais. **Observatorio (OBS*)**. 3:4 (2010) 57–73. doi: 10.7458/OBS342009293.

CARAPETO, Carlos; FONSECA, Fátima - **Administração Pública – Modernização, Qualidade e Inovação**. 3.^a ed. Lisboa: Edições Silabo, 2014. ISBN 978-972-618-757-8.

CARDOSO, Gustavo - **Os Media na Sociedade em Rede**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2006. ISBN 972-31-1155-1.

CARDOSO, Gustavo *et al.* - **Da Comunicação de Massa à Comunicação em Rede**. Porto: Porto Editora, 2009. ISBN 978-972-0-45268-9.

CARDOSO, Gustavo *et al.* - **Media, Redes e Comunicação: Futuros Presentes**. Lisboa: Quimera, 2009a. ISBN 978-972-589-204-6.

CARDOSO, Gustavo *et al.* - **A Sociedade em Rede em Portugal: Uma Década de Transição**. Coimbra: Edições Almedina, S.A., 2015. ISBN 978-972-40-5992-1.

CARDOSO, Gustavo; LAMY, Cláudia - Redes sociais: comunicação e mudança. **JANUS.NET e-journal of International Relations**. ISSN 1647-7251. 2:1 (2011) 73–96.

CARVALHO, Ricardo Manuel Alves De - **A Influência das Políticas Públicas de Segurança do Reino Unido na Realidade Portuguesa**. Lisboa: ISCPSI - Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna, 2015.

CASTELLS, Manuel - A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Política. Em CASTELLS, MANUEL; CARDOSO, GUSTAVO (Eds.) - **A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Acção Política**. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2006. ISBN 972-27-1453-8. p. 17–30.

CASTELLS, Manuel - **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura - Volume I, A Sociedade em Rede**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007. ISBN 978-972-31-0984-9.

CASTELLS, Manuel - **A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. 2.^a ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007a. ISBN 978-972-31-1065-4.

CASTELLS, Manuel - The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**. ISSN 0002-7162. 616:1 (2008) 78–93. doi: 10.1177/0002716207311877.

CASTELLS, Manuel - **Comunicación y Poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009. ISBN 978-84-206-8499-4.

CASTELLS, Manuel *et al.* - **Comunicação Móvel e Sociedade. Uma Perspectiva Global**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2009. ISBN 978-972-31-1297-9.

CASTELLS, Manuel; HIMANEN, Pekka - **A Sociedade da Informação e o Estado-Providência: O Modelo Finlandês**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007. ISBN 978-972-31-1178-1.

CASTRO, Catarina Sarmiento E - **A questão das Polícias Municipais**. Coimbra: Coimbra Editora, Limitada, 2003. ISBN 972-32-1196-3.

CHATURVEDI, Ravi; BHALLA, Ajay; CHAKRAVORTI, Bhaskar - **These are the world's most digitally advanced countries** [Em linha]. World Economic Forum, 2017 [Consult. 21 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL: www.weforum.org/agenda/2017/07/these-are-the-worlds-most-digitally-advanced-countries/>.

CHETA, Rita - **Web 1.5 – as redes de sociabilidades entre o email e a Web 2.0** [Em linha]. Lisboa: [s.n.], 2008 [Consult. 5 mar. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/Web-1.5-As-redes-de-sociabilidades-entre-o-email-e-a-Web-2.0---Mai2008.pdf>>.

CHIAVENATO, Idalberto - **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 6.^a ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2003. ISBN 85-352-1348-1.

CHIAVENATO, Idalberto - **Recursos Humanos - O capital humano das organizações**. 9.^a ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2009. ISBN 978-85-352-3318-6.

CLEMENTE, Pedro José Lopes - **Cidadania, Polícia e Segurança**. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna, 2015. ISBN 978-972-8630-14-0.

COELHO, Pedro - **HTML 4 & XHTML - Curso Completo**. 4.^a ed. Lisboa: FCA - Editora de Informática, 2004. ISBN 978-972-722-242-1.

COMISSÃO EUROPEIA - **Relatório sobre o progresso digital na Europa - Portugal** [Em linha] [Consult. 27 jan. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=15672>.

CONTRIBUIDORES DA WIKIPÉDIA - **Internet Relay Chat** [Em linha], atual. 2016. [Consult. 19 mar. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Internet_Relay_Chat&oldid=47349872>.

CONTRIBUIDORES DA WIKIPÉDIA - **Instagram** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 4 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Instagram&oldid=48450662>>.

COUTINHO, Clara Pereira - **Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática**. 2.^a ed. Coimbra: Edições Almedina, 2015. ISBN 978-972-40-5137-6.

CRUMP, Jeremy - What Are the Police Doing on Twitter? Social Media, the

Police and the Public. **Policy & Internet**. 3:4 (2011). doi: 10.2202/1944-2866.1130.

DAILYMOTION - **Sobre o Dailymotion** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 11 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.dailymotion.com/pt/about>.

DAVIS III, Edward F.; ALVES, Alejandro A.; SKLANSKY, David Alan - Social Media and Police Leadership: Lessons From Boston. **New Perspectives in Policing Bulletin**. Washington, DC: U.S. Department of Justice, National Institute of Justice, 2014. NCJ 244760.

DELGADO, Andrés Burgos; TRIANA, Diana Rocío Rodríguez; SAYAGO, Doris Aleida Villamizar - A perspetiva relacional das redes sociais no contexto das políticas públicas participativas. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**. ISSN 1988-7833. Junio 2013 (2013).

DENEF, Sebastian *et al.* - **Best Practice in Police Social Media Adaptation** [Em linha]. [S.l.]: COMPOSITE Project - European Commission, 2012 Disponível em WWW:<URL:http://www.composite-project.eu/tl_files/fm_k0005/download/COMPOSITE-social-media-best-practice.pdf>.

DESCARTES, René - **Discurso do Método**. Oeiras: Edições 70, Lda., 2010. ISBN 978-989-682-006-0.

DG COMMUNICATIONS NETWORKS, Content & Technology - **Monitoring the Digital Economy and Society - 2016-2021** [Em linha] [Consult. 27 jan. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=13706>.

DIREÇÃO NACIONAL DA POLÍCIA DE SEGURANÇA PÚBLICA - **Política de Informação** [Em linha]. Lisboa: Polícia de Segurança Pública, 2011 [Consult. 18 out. 2016]. Disponível em WWW:<URL:http://www.psp.pt/Documentos Varios/Política de Informação da PSP.pdf>.

DN - GABINETE DE IMPRENSA E RELAÇÕES PÚBLICAS - Meio milhão de seguidores. **Newsletter da Polícia de Segurança Pública. Setembro 2016. N.º 2**. Lisboa.

DUARTE, Fábio; FREI, Klaus - Redes Urbanas. Em DUARTE, FÁBIO; QUANDT, CARLOS; SOUZA, QUEILA (Eds.) - **O tempo das redes**. Brasil: Editora Perspectiva, 2008. ISBN 978-85-273-0811-3.

DUCROISIC, Noel - **La Police Nationale aujourd'hui - Des hommes, des femmes, des métiers**. France: Lavauzelle, 2000. ISBN 2-7025-0459-0.

DURÃES, Pedro - Conceito de órgão de comunicação alvo de estudo da ERC. **M&P - Meios & Publicidade**. [Em linha] (14 nov. 2014). [Consult. 8 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.meiosepublicidade.pt/2014/11/conceito-de-orgao-de-

comunicacao-alvo-de-estudo-da-erc/>.

ESPAÑA, Rita; CARDOSO, Gustavo; SOARES, Luís - Do Multimédia à Comunicação Wireless: As Dietas de Media Portugueses. Em CASTELLS, MANUEL; CARDOSO, GUSTAVO (Eds.) - **A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Acção Política**. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2006. ISBN 972-27-1453-8. p. 305–316.

EUROPEAN COMMISSION - **The Digital Economy and Society Index (DESI) 2017** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 4 abr. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>.

EUROPEAN INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION - **Estrutura Comum de Avaliação - CAF 2006**. Lisboa: Direcção-Geral da Administração e do Emprego Público, 2007. ISBN 978-972-9120-73-2.

EUROPEAN INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION (EIPA) - **Estrutura Comum de Avaliação (CAF) - Melhorar as organizações públicas através da autoavaliação** [Em linha]. Lisboa: Direcção-Geral da Administração e do Emprego Público (DGAEP), 2013 [Consult. 17 fev. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.caf.dgaep.gov.pt/media//CAF_2013_atualizada_29 set.pdf>.

FACEBOOK - **Página inicial do Facebook** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 22 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/>.

FACEBOOK - **Página da PSP** [Em linha], atual. 2017a. [Consult. 22 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/policiasegurancapublica/?pnref=story >.

FACEBOOK - **Metropolitan Police Service** [Em linha], atual. 2017b. [Consult. 7 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/metpoliceuk/>.

FACESTORE - **Estatísticas do Facebook** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 25 abr. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://facestore.pt/estatisticas_do_facebook>.

FEOFILOFF, Paulo - **Entenda o enigma das pontes de Königsberg que instigou a geometria** [Em linha], atual. 2011. [Consult. 19 mar. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://redeglobo.globo.com/globociencia/noticia/2011/12/entenda-o-enigma-das-pontes-de-konigsberg-que-instigou-geometria.html>.

FERNANDES, J. P.; LOBO, Fernanda; TRIGO, Fernanda; VIEIRA, Gonçalo; PEREIRA, Maria Vitória; NEVES, Paulo; NETO, Sandra Costa - **Glossário da Sociedade da Informação**. Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação. [Em linha], atual. 2011. Disponível em WWW:<URL:http://http://purl.pt/426/1/>.

FERREIRA, Fernando Ilídio - O Tempo das Redes: redes que aprisionam e redes que libertam. Em CEBOLO, CÁTIA SORAIA GASPAR; PEREIRA, JOSÉ DANTAS LIMA; LOPES, MARCELINO DE SOUSA (Eds.) - **Animação Sociocultural, Intervenção e Educação Comunitária: Democracia, Cidadania e Participação**. Chaves: 2012. ISBN 978-989-97571-2-7. p. 355–369.

FIDALGO, António *et al.* - **Comunicação Digital - 10 anos de investigação**. Covilhã : Labcom, Livros Labcom, 2014. ISBN 978-989-654-157-6.

FORTIN, Marie-Fabienne - **O processo de investigação: da concepção à realização**. 3.^a ed. Loures: Lusociência, 2003. ISBN 978-972-8383-10-7.

FUNDAÇÃO PARA A CIÊNCIA E A TECNOLOGIA, I. P. - **Competências Digitais** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 1 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.fct.pt/dsi/competenciasdigitais/>.

GIDDENS, Anthony - **Sociologia**. 7.^a ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2009. ISBN 978-97231-1178-1.

GIDDENS, Anthony - **O Mundo na Era da Globalização**. 10.^a ed. Queluz de Baixo: Editorial Presença, 2010. ISBN 978-972-23-2573-8.

GLEIZAL, Jean-Jacques; GATTI-DOMENACH, Jaqueline; JOURNÈS, Claude - **La police - Les cas des démocraties occidentales**. Paris: Presses Universitaires de France, 1993. ISBN 2-13-045232-9.

GNR - **Guarda Nacional Republicana: Homepage** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 5 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.gnr.pt/>.

GOOGLE - **Diretório de criação de perfil de utilizador no Google** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 22 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://accounts.google.com/SignUpWithoutGmail?service=youtube&continue=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fsignin%3Fhl%3Dpt-PT%26feature%3Dsign_in_button%26app%3Ddesktop%26action_handle_signin%3Dtrue%26next%3D%252F&hl=pt-PT>.

GREENWOOD, Shannon; PERRIN, Andrew; DUGGAN, Maeve - **Social Media Update 2016** [Em linha] [Consult. 11 dez. 2016]. Disponível em WWW:<URL:http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/>.

GUEST, Matthew *et al.* - **Media Consumer 2015: The Signal and the noise** [Em linha]. London: [s.n.] [Consult. 4 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.deloitte.co.uk/mediaconsumer/assets/pdf/Deloitte_Media_Consumer_2015.pdf>.

HABERMAS, Jürgen; LENNOX, Sara; LENNOX, Frank - The public sphere: An encyclopedia article (1964). **New German Critique**. ISSN 0094-033X. 3 (1974) 49–55.

HAMPTON, Keith N. *et al.* - **Social networking sites and our lives** [Em linha], atual. 2011. [Consult. 26 out. 2016]. Disponível em WWW:<URL:http://www.pewinternet.org/2011/06/16/social-networking-sites->

and-our-lives/>.

HENDRIKS, John Allen *et al.* - **Communicator-in-Chief, How Barack Obama Used New Media Technology to Win the White House**. Plymouth, United Kingdom: Lexington Books, 2010. ISBN 978-0-7391-4106-9.

INÁCIO, Carina Isabel Canhoto - **Políticas Públicas de Segurança – novo paradigma**. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2010.

INNERARITY, Daniel - **O Novo Espaço Público**. Lisboa: Teorema, 2010. ISBN 978-972-695-906-9.

INSTAGRAM - **About Us** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 21 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.instagram.com/about/us/>.

INSTAGRAM - **Página Inicial do Instagram** [Em linha], atual. 2017a. [Consult. 21 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.instagram.com/>.

INSTAGRAM - **Instagram da GNR** [Em linha], atual. 2017b. [Consult. 21 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.instagram.com/guardanacionalrepublicana/>.

INSTITUTE FOR ECONOMICS AND PEACE - **Global Peace Index 2015** [Em linha]. [S.l.]: Institute for Economics and Peace, 2015 [Consult. 3 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://visionofhumanity.org/app/uploads/2017/04/Global-Peace-Index-Report-2015_0.pdf>. ISBN 978-0-9942456-3-2.

INSTITUTE FOR ECONOMICS AND PEACE - **Global Peace Index 2016** [Em linha]. [S.l.]: Institute for Economics and Peace, 2016 [Consult. 3 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://visionofhumanity.org/app/uploads/2017/02/GPI-2016-Report_2.pdf>. ISBN 978-0-9946034-0-1.

INSTITUTO DA SEGURANÇA SOCIAL, I. P. - **Segurança Social Direta** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 1 mar. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://app.seg-social.pt/sso/login?service=https%3A%2F%2Fapp.seg-social.pt%2Fptss%2Fcaslogin>.

KIRKPATRICK, David - **O Efeito Facebook**. Lisboa: Babel, 2011. ISBN 978-989-28-0050-9.

LAMPREIA, J.Martins - **A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas**. 2ª ed. Mem Martins: Publicações Europa-América, Lda., 1999. ISBN 972-1-03365-0.

LEE, Paul *et al.* - **Technology, Media and Telecommunications Predictions 2017** [Em linha]. London: [s.n.] [Consult. 4 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.deloitte.co.uk/tmtpredictions/assets/pdf/Deloitte-TMT-Predictions-2017.pdf>.

LEITÃO, João; ALVES, Helena; PEREIRA, Dina - **Open innovative governance, transparency and citizens' quality of life: An application to Portuguese municipalities** [Em linha]. Vigo: [s.n.], 2016 [Consult. 18 out. 2016]. Disponível em WWW:<URL:http://infogen.webs.uvigo.es/WPB/WP1606.pdf>.

LEXISNEXIS® RISK SOLUTIONS - **Social Media Use in Law Enforcement: Crime prevention and investigative activities continue to drive usage** [Em linha] [Consult. 28 set. 2016]. Disponível em WWW:<URL:https://www.lexisnexis.com/risk/downloads/whitepaper/2014-social-media-use-in-law-enforcement.pdf>.

LINKEDIN - **Contas gratuitas e assinaturas Premium do LinkedIn** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 12 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.linkedin.com/help/linkedin/topics/6156/6157/3734>.

LINKEDIN - **Página inicial do LinkedIn** [Em linha], atual. 2017a. [Consult. 12 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.linkedin.com/>.

LINKEDIN - **Perfil de utilizador no LinkedIn de Nuno Cunha dos Santos** [Em linha], atual. 2017b. [Consult. 12 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.linkedin.com/in/nunomcsantos/>.

LONDON METROPOLITAN POLICE - **Home | The Met** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 7 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.met.police.uk/>.

LOURENÇO, Patrícia Vale - **Comunicação integrada e redes sociais: uma questão de influência**. Lisboa: ISCTE-IUL - Instituto Universitário de Lisboa, 2011.

LOURO, Ana Teresa *et al.* - **Governança Integrada e Administração Pública**. Lisboa: INA Editora, 2015. ISBN 978-989-8096-53-1.

LUSA - 380 mil jovens portugueses são viciados no Facebook. **Sábado**. [Em linha] (14 jul. 2016). [Consult. 22 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.sabado.pt/ciencia---saude/vida-saudavel/detalhe/380-mil-jovens-portugueses-sao-viciados-no-facebook>.

MACEDO, Jorge Borges De - Vichy. Em *Lexicoteca: Moderna Enciclopédia Universal*

MANCINI, Mônica - O impacto das redes sociais na internet nas organizações: uma análise crítica. **RIT – Revista Inovação Tecnológica**. ISSN 2179-2895. 6:1 (2016) 85–113.

MARQUES, Isabel Maria Dos Santos - **As Redes Sociais e o seu impacto na vida profissional: etnografia virtual do LinkedIn**. Lisboa: ISCTE-IUL - Instituto Universitário de Lisboa, 2011.

MARQUES, Vasco - **Redes Sociais 360: como comunicar**. Coimbra: Conjuntura Actual Editora - Grupo Almedina, 2017. ISBN 978-989-694-164-2.

MARTA, Dário António Nunes - **Relações Públicas da Polícia de Segurança Pública: Política Comunicacional da Imagem Institucional**. Lisboa: ISCPSI - Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna, 2014.

MARTINS, José Carlos - Capacitar, Mitigar, Detetar, Sensibilizar, Educar e Cooperar. Em CORREIA, EDUARDO PEREIRA (Ed.) - **Liberdade e Segurança**. Lisboa: ISCPSI - ICPOL e Observatório Político, 2015. ISBN 978-972-8630-15-7. p. 123–132.

MENARD, René - **Mitologia Greco-Romana - Volume I**. 2.^a ed. São Paulo, Brasil: Opus Editora, 1991

MEYZONNIER, Patrice - **Les Forces de Police dans L'Union Européenne**. Paris: Éditions L'Harmattan, 1994. ISBN 2-7384-2084-2.

MERTON, Robert K. - **The Sociology of Science – Theoretical and Empirical Investigations**. Chicago: The University of Chicago Press, 1973. ISBN 0-226-52092-7.

MILTNER, Kate M.; HIGHFIELD, Tim - Never Gonna GIF You Up: Analyzing the Cultural Significance of the Animated GIF. **Social Media + Society**. 3:3 (2017). doi: 10.1177/2056305117725223.

MINEIRO, Paulo - As redes sociais e a sua utilização pela Força Aérea Portuguesa. **Boletim Ensino e Investigação**. ISSN 1647-9645. Ano V:9 (2010) 155–187.

MINISTÉRIO DA ADMINISTRAÇÃO INTERNA – Lei Orgânica e Atribuições do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (2012). Decreto-Lei n.º 240/2012. **Diário da República. I Série**. 214 (2012-11-06).

MINISTÉRIO DA ADMINISTRAÇÃO INTERNA - **Home - Portal de Acidentes Rodoviários** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 15 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://acidentesrodoviarios.mai.gov.pt/Pages/PaginaInicial.aspx>

MINISTÉRIO DA ADMINISTRAÇÃO INTERNA - **Sistema Integrado de Informações sobre Perdidos e Achados** [Em linha], atual. 2017a. [Consult. 15 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://perdidosachados.mai.gov.pt/SIISPA2013/default.aspx>.

MINISTÉRIO DA ADMINISTRAÇÃO INTERNA - **Queixa Electrónica** [Em linha], atual. 2017b. [Consult. 15 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://queixaselectronicas.mai.gov.pt/SQE2013/default.aspx#tag=MAIN_CONTENT>.

MINISTÉRIO DA ADMINISTRAÇÃO INTERNA - **Verão Seguro** [Em linha], atual. 2017c. [Consult. 15 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://veraoseguro.mai.gov.pt/Pages/Home.aspx>.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DO EMPREGO – Lei Orgânica da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (2012). Decreto-Lei n.º 194/2012. **Diário da República. I Série**. 163 (2012-08-23).

MISSÃO PARA A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO - **Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal: Iniciativa Nacional para a Sociedade da Informação** [Em linha]. Lisboa: 1997. Disponível em WWW:<URL:http://homepage.ufp.pt/lmbg/formacao/lvfinal.pdf>.

MORGADO, Sónia Maria Aniceto; FERRAZ, Rui - Análise de Conteúdo e Pesquisa em Ciências Policiais: Contextualização em Ambiente Virtual, Facebook, e o Planeamento de Grandes Eventos. **Congresso Ibero-Americano de Investigação Qualitativa**. 3 (2016).

MOURA, João Humberto Vieira - **A Polícia de Segurança Pública e o Novo Paradigma Comunicacional – Comunicação e Imagem**. Lisboa: ISCPSI - Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna, 2010.

NASSAR, Paulo - **Política e Comunicação - A comunicação com pensamento** [Em linha] [Consult. 7 set. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.reddircom.org/textos/nassar.pdf>.

NATIONAL CONSORTIUM FOR THE STUDY OF TERRORISM AND RESPONSES TO TERRORISM - **Global Terrorism Database** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 3 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.start.umd.edu/gtd/>.

NERY, Meire - **Políticas de Comunicação Organizacional** [Em linha], atual. 2010. [Consult. 8 set. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://vozdacomunicacao.blogspot.pt/2010/07/politicas-de-comunicacao-organizacional.html?m=1>.

NEWTON, Casey - Twitter just doubled the character limit for tweets to 280. **The Verge**. [Em linha] (26 set. 2017). [Consult. 27 set. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.theverge.com/2017/9/26/16363912/twitter-character-limit-increase-280-test>.

NOËL, Emile; ZARTARIAN, Vahé - **Cibermundos: Para onde nos levamos, Big Brother?** Porto : Ambar, 2002. ISBN 972-43-0505-8.

NUNES, Paulo Fernando Viegas - Ciberameaças e Quadro Legal dos Conflitos no Ciberespaço. Em BORGES, JOÃO VIEIRA; RODRIGUES, TERESA FERREIRA (Eds.) - **Ameaças e Riscos Transnacionais no Novo Mundo Global**. Porto: Fronteira do Caos Editores, Lda., 2016. ISBN 978-989-8647-60-3. p. 199–215.

NUNES, Paulo Viegas - **Sociedade em Rede, Ciberespaço e Guerra da Informação: Contributos para o Enquadramento e Construção de uma Estratégia de Defesa Nacional da Informação**. Lisboa: Instituto da Defesa Nacional, 2015. ISBN 978-972-9393-34-1.

OECD - **OECD Skills Outlook 2013: First Results from the Survey of Adult Skills**. [S.l.]: OECD Publishing, 2013. ISBN 978-92-64-20425-6.

OLIVEIRA, José Ferreira De - **As Políticas de Segurança e os Modelos de Policiamento: A Emergência do Policiamento de Proximidade**. Coimbra: Almedina, 2006. ISBN 978-972-402-736-4.

PAPACHARISSI, Zizi - The Virtual Geographies of Social Networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. **New Media & Society**. 11 (2009) 199–220. doi: 10.1177/1461444808099577.

PASSEIRA, Carla - **A GNR e as Redes Sociais**. Lisboa: Academia Militar, 2011.

PINTO, Marisa - **Ainda te lembras do IRC?** [Em linha], atual. 2009. [Consult. 19 mar. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://pplware.sapo.pt/software/ainda-te-lembras-do-irc/>.

PJ - **Homepage da Polícia Judiciária** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 10 set. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.pj.pt/>.

POIARES, Nuno - Opinião: A PSP e os cidadãos. Proximidade, confiança, envolvimento e conhecimento. **Lidador Notícias**. [Em linha] (7 set. 2017). [Consult. 7 set. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.lidadornoticias.pt/opiniao-nuno-poiares-subintendente-psp-a-psp-e-os-cidadaos-proximidade-confianca-envolvimento-e-conhecimento/>.

POLICE NATIONALE - **Accueil - Police Nationale - Ministère de l'Intérieur** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 11 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.police-nationale.interieur.gouv.fr/>.

POLICIA DE SEGURANÇA PÚBLICA - **Polícia de Segurança Pública - Homepage** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 5 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.psp.pt/Pages/defaultPSP.aspx>.

POLÍCIA DE SEGURANÇA PÚBLICA - **Estou Aqui** [Em linha], atual. 2017a. [Consult. 15 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://estouaqui.mai.gov.pt/Pages/index.htm>.

PORTUGAL, Jorge - A Internet Industrial e os Novos Riscos: Regresso ao Futuro. Em CORREIA, EDUARDO PEREIRA (Ed.) - **Liberdade e Segurança**. Lisboa: ISCPSI - ICPOl e Observatório Político, 2015. ISBN 978-972-8630-15-7. p. 107–122.

POUSHTER, Jacob - **Think everyone in advanced economies is using social media? Think again** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 25 abr. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.weforum.org/agenda/2017/04/think-everyone-in-advanced-economies-is-using-social-media-think-again/>.

PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE - Décret relatif à la compétence territoriale de certaines directions et de certains services de la préfecture de police (2009). Décret n.º 2009-898 du 24 juillet 2009. **JORF n.º 0170**. Page 12422. Texte n.º 19 (2009-07-25).

QUERIDO, Paulo - **As redes sociais e as suas vantagens** [Em linha], atual. 2008. [Consult. 22 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://paulo.querido.net/sem-categoria/as-redes-sociais-e-as-suas-vantagens/>.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van - **Manual de Investigação em**

Ciências Sociais. 4ª ed. Lisboa: Gradiva - Publicações Lda., 2005. ISBN 972-662-275-1.

RASMUSSEN, Terje - **The Internet Soapbox - Perspectives on a Changing Public Sphere.** Oslo: Universitetsforlaget, 2016. ISBN 978-82-15-02717-3.

RATO, Helena - A Administração Pública e a Política de Austeridade em Portugal. **Revista de Administração e Emprego Público (RAEP).** ISSN 2183-4725. 1 (2015) 115–142.

RECUERO, Raquel - **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Editora Meridional, 2009. ISBN 978-85-205-05-25-0.

REIS, Caroline - Odiar nas redes sociais. **E - A Revista do Expresso.** (28 out. 2016). 50–53.

RIBEIRO, Amanda - Ele gere o Facebook da PSP com formalidade e humor. **Público.** [Em linha] (23 jan. 2013). Disponível em WWW:<URL:http://p3.publico.pt/actualidade/media/6363/ele-gere-o-facebook-da-ppsp-com-formalidade-e-humor>.

RIBEIRO, João Miguel - Caso do microfone da CMTV: Até a PSP comenta... **PT Jornal.** [Em linha] (22 jun. 2016). . [Consult. 9 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://ptjornal.com/caso-do-microfone-da-cmtv-ate-ppsp-comenta-88670>.

RIBEIRO, Susana Almeida - O que é a Web 3.0? **Público.** [Em linha] (29 jun. 2009). [Consult. 25 abr. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.publico.pt/2009/06/29/tecnologia/noticia/o-que-e-a-web-30-1389325>.

RIEFFEL, Rémy - **Sociologia dos Media.** Porto: Porto Editora, 2003. ISBN 972-0-45253-6.

RIFKIN, Jeremy - **A Terceira Revolução Industrial. Como a nova era da informação mudou a energia, a economia e o mundo.** Lisboa: Bertrand Editora, 2014. ISBN 978-972-25-2757-6.

RIVERO, Daniel Salomón Behar - **Introducción a la Metodología de la Investigación.** [S.l.]: Editorial Shalom, 2008. ISBN 978-959-212-783-7.

SALMON, Jean-Marc - **Um Mundo a Grande Velocidade: A Globalização, Manual de Instruções.** Porto: Ambar, 2002. ISBN 972-43-0542-2.

SALVADOR, João Miguel - Elas são o sangue que corre na nossa veia social. **E - A Revista do Expresso.** Lisboa. 2017) 7–9.

SANTOS, Lino; GUEDES, Armando Marques - Breves reflexões sobre o poder e o ciberespaço. **RDeS – Revista de Direito e Segurança.** 6 (2015) 189–209.

SANTOS, Rosélia Maria De Sousa *et al.* - A globalização e seus efeitos sobre a governabilidade democrática. Em SANTOS, ROSÉLIA MARIA DE SOUSA; SANTOS, JOSÉ OZILDO DOS (Eds.) - **Administração e Gestão Pública.** [S.l.]: Patos - PB, Grupo de Estudos Avançados em Desenvolvimento

Sustentável do Semiárido – GEADES, 2017. p. 131–139.

SCHETTINI, Patricia; CORTAZZO, Inés - **Análisis de datos cualitativos en la investigación social: Procedimientos y herramientas para la interpretación de información cualitativa**. La Plata: Universidad Nacional de La Plata - Editorial de la Universidad de La Plata, 2015. ISBN 978-950-34-1231-2.

SCHOLES-FOGG, Thomas - **Police and Social Media** [Em linha] [Consult. 28 set. 2016]. Disponível em WWW:<URL:http://connectedcops.net/wp-content/uploads/2012/12/Police-and-Social-Media-IPC-Evidence.pdf>.

SCHWAB, Klaus - **Four leadership principles for the Fourth Industrial Revolution** [Em linha], atual. 2016. [Consult. 14 out. 2016]. Disponível em WWW:<URL:https://www.weforum.org/agenda/2016/10/four-leadership-principles-for-the-fourth-industrial-revolution/>.

SEF - **Portal SEF** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 5 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.sef.pt/portal/v10/PT/asp/page.aspx>.

SERRA, Joaquim Paulo - Internet e interatividade. Em CAMILO, EDUARDO (Ed.) - **Informação e Comunicação Online (Volume II): Internet e Comunicação Promocional** [Em linha]. Covilhã: Livros LabCom, 2003 Disponível em WWW:<URL:http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/78>. p. 13–30.

SIMÕES, Maria João - **Política e Tecnologia: Tecnologias da Informação e da Comunicação e Participação Política em Portugal**. Oeiras: Celta Editora, 2005. ISBN 972-774-220-3.

SMITH, Craig - **14 Interesting flickr Stats** [Em linha], atual. 2016. [Consult. 11 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://expandedramblings.com/index.php/flickr-stats/>.

SOARES, Tânia De Morais - **Cibermedi@: Os meios de Comunicação Social Portugueses Online**. Lisboa: Escolar Editora, 2006. ISBN 972-592-194-1.

SOCIALBAKERS - **All Twitter statistics in one place** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 26 abr. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/>.

SOCIALBAKERS - **All YouTube statistics in one place** [Em linha], atual. 2017a. [Consult. 26 abr. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.socialbakers.com/statistics/youtube/>.

SOCIALBAKERS - **All Facebook statistics in one place** [Em linha], atual. 2017b. [Consult. 26 abr. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/>.

SODRÉ, Muniz - **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis, Rio de Janeiro, Brasil: Editora Vozes, 2009. ISBN 978-85-326-3844-1.

SOUSA, Helena *et al.* - **Comunicação, Economia e Poder**. Porto: Porto

Editora, 2006. ISBN 978-972-0-45259-7.

SOUSA, Luís Carlos Ribeiro - **Os Media - Proposta de um modelo de tipologia noticiosa sobre a atividade policial**. Lisboa: ISCPSI - Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna, 2016.

STATISTA - **Number of LinkedIn users** [Em linha], atual. 2016. [Consult. 7 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.statista.com/statistics/274050/quarterly-numbers-of-linkedin-members/>.

STATISTA - **Instagram: active users 2017** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 7 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>.

SUBTIL, Filipa - Comunicação, Redes e Capitalismo Digital. **TRAJECTOS - Revista de Comunicação, Cultura e Educação**. ISSN 1645-5983. 10 (2007) 103–109.

THE POLICE FOUNDATION - **The briefing - Police use of social media** [Em linha] [Consult. 28 set. 2016]. Disponível em WWW:<URL:http://www.police-foundation.org.uk/uploads/catalogerfiles/police-use-of-social-media/Social_media_briefing_FINAL.pdf>.

TUCHMAN, Gaye - Mass Media Institutions. Em SMELSER, NEIL J. (Ed.) - **Handbook of Sociology**. California: Sage Publications, Inc., 1988. ISBN 0-8039-2665-0. p. 601–626.

TWITTER - **Página inicial do Twitter** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 12 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://twitter.com/>.

TWITTER - **Twitter da PSP - Portugal** [Em linha], atual. 2017a. [Consult. 12 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://twitter.com/dnpsp>.

UNIDADE DE COORDENAÇÃO DA MODERNIZAÇÃO ADMINISTRATIVA - **Simplex - Programa 2007** [Em linha] [Consult. 28 set. 2016]. Disponível em WWW:<URL:http://www.unic.pt/images/stories/publicacoes200801/2007ProgrammaSimplex.pdf>.

UNITED NATIONS DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS - **United Nations E-Government Survey 2016: E-Government in Support of Sustainable Development** [Em linha]. New York : United Nations, 2016 [Consult. 27 fev. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://workspace.unpan.org/sites/Internet/Documents/UNPAN96407.pdf>. ISBN 978-92-1-123205-9.

UNIVERSO ABIERTO - **Estudio anual de redes sociales 2017** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 25 abr. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://universoabierto.org/2017/04/21/estudio-anual-de-redes-sociales-2017/>.

VALENTE, Manuel Monteiro Guedes - Desafios aos fundamentos do Estado de

Direito Democrático. Em CORREIA, EDUARDO PEREIRA; DUQUE, RAQUEL DOS SANTOS (Eds.) - **O Poder Político e a Segurança**. Lisboa: Fonte da Palavra, 2012. ISBN 978-989-667-122-8. p. 106–115.

VALENTE, Manuel Monteiro Guedes - **Segurança: um tópico jurídico em reconstrução**. Lisboa: Âncora Editora, 2013. ISBN 978-972-780-394-1.

VALENTE, Manuel Monteiro Guedes - **Teoria Geral do Direito Policial**. 4.^a ed. Coimbra: Edições Almedina, 2014. ISBN 978-972-40-5798-9.

VILELAS, José - **Investigação: O Processo de Construção do Conhecimento**. Lisboa: Edições Sílabo, 2009. ISBN 978-972-618-557-4.

WISE, David A.; MALSEED, Mark - **Google: O fenómeno que está a mudar o mundo**. Lisboa: Editorial Presença, 2007. ISBN 978-972-23-3740-3.

XXI GOVERNO CONSTITUCIONAL - **Portugal INCoDe.2030** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 4 abr. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<http://www.incode2030.pt/>>.

YOUTUBE - **Página inicial do YouTube** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 22 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.youtube.com/>>.

YOUTUBE - **Página da PSP** [Em linha], atual. 2017a. [Consult. 22 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.youtube.com/user/DNPSP>>.

ANEXOS

Anexo A – Página institucional da *London Metropolitan Police*

The screenshot shows the homepage of the London Metropolitan Police website. At the top, there is a navigation bar with the Metropolitan Police logo and a 'Contact us' button. Below this is a large hero image of a smiling police officer in uniform. The main heading is 'How can we help you?' followed by a search bar and five blue buttons: 'Report', 'Tell us about', 'Apply or register', 'Request', and 'Feedback'. Below the hero image is a section titled 'What's happening in your area?' with a sub-heading 'Get the latest crime statistics and advice, help us with appeals for information and find out what we're doing to tackle crime in your area.' This section includes a 'Find your area' search bar. The 'Featured content' section displays several news items, including 'Major incident: London Bridge and Borough Market', 'Become a detective constable', 'Appeal for material of the incident', 'Please report anything suspicious to the Anti-Terrorist Hotline', 'The Met on the BBC', 'Report a crime', and 'Report a road traffic incident'. At the bottom, there are social media links for Facebook and Twitter, and a footer with three columns: 'METROPOLITAN POLICE', 'INFORMATION AND SERVICES', and 'PARTNERS'. A small cookie consent notice is visible in the bottom right corner.

Fonte: LONDON METROPOLITAN POLICE - Home | The Met [Em linha], atual. 2017. [Consult. 7 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.met.police.uk/>.

Anexo B – Página institucional da *London Metropolitan Police* no *Facebook*

Fonte: FACEBOOK - Metropolitan Police Service [Em linha], atual. 2017. [Consult. 7 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/metpoliceuk/>.

Anexo C – Página institucional da *London Metropolitan Police* no *Twitter*

Metropolitan Police

@metpoliceuk

London's Metropolitan Police Service. Please do not report crime here, call 101, tweet @MetCC or visit our website. In an emergency always call 999.

London

beta.met.police.uk

Participa desde agosto de 2009

Esta conta ajuda a compartilhar informações importantes em tempo real com os Alertas do Twitter. Esteja preparado

6.663 Fotos e vídeos

Metropolitan Police

@metpoliceuk

Sign up to Twitter alerts today - receive critical info from @MetPoliceUK in times of crisis via text/notification directly to your phone

Sign up to Twitter alerts

London's Metropolitan Police Service. Also at facebook.com/metpoliceuk. Don't report crime on Twitter. In emergencies always call 999.

Novo no Twitter?
Inscreva-se agora para obter sua própria timeline personalizada!
[Inscreva-se](#)

Você também pode gostar.

Atualizar

- Transport for London** @TfL
- Mayor of London** @MayorofLondon
- London Fire Brigade** @LondonFire
- MPS Events** @MetPoliceEvents
- City Police** @CityPolice

Assuntos do Momento:

Fonte: TWITTER - **Metropolitan Police** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 7 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://twitter.com/metpoliceuk>.

Anexo D – Página institucional da *London Metropolitan Police* no *YouTube*

Metropolitan Police 8 880 Subscribe

Inicio Vídeos Listas de reprodução Canais Acerca de

Street Robbery

- Street Robbery: Don't Let This Happen To You 0:14 32 937 visualizações · Há 4 anos
- Don't give your phone away, cunning thieves know all the... 0:24 6 672 visualizações · Há 3 anos
- An unwatched bag is easy pickings for a thief 0:31 7 417 visualizações · Há 3 anos
- Your valuables can be gone in seconds #stopthieves 0:24 2 396 visualizações · Há 3 anos
- Don't let your bag be an easy target #stopthieves 0:28 3 539 visualizações · Há 3 anos

Atividades recentes Reproduzir todos

- Appeal two months on from the murder of Malachi Brooks in... 1:48 166 visualizações · Há 1 semana
- Report anything you've heard that identifies terrorist activity 0:07 225 visualizações · Há 2 semanas
- How to ACT against terrorist or extremist content online 0:07 210 visualizações · Há 2 semanas
- ACT against suspicious activity 0:07 204 visualizações · Há 2 semanas
- Lewis Elwin Appeal 1:26 362 visualizações · Há 1 mês

Canais em destaque

- whokilledleon Subscribe
- helpmakeitstop Subscribe
- adifferentending Subscribe
- Crimestoppers UK Subscribe

Canais relacionados

- Potter's Police Videos Subscribe
- LondonBoys Subscribe
- Kingston Police Subscribe
- GM Police Subscribe

Fonte: YOUTUBE - Metropolitan Police [Em linha], atual. 2017. [Consult. 7 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.youtube.com/user/metpoliceservice>.

Anexo E – Página institucional da *London Metropolitan Police* no *Flickr*

flickr Explorar Criar Buscar, explorar ou publicar Login Cadastre-se

Metropolitan Police + Seguir 797 seguidores · 2 segundos

Sobre **DATA** **Galeria** **Álbuns** **Favoritos** **Exposições** **Grupos**

Metropolitan Police **TOTAL POLICING** 985 fotos Entrou em 2009

Is this your bike? Photo ref: 17 1

Fonte: FLICKR - Metropolitan Police [Em linha], atual. 2017. [Consult. 7 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.flickr.com/photos/metropolitanpolice>.

Anexo F – Página institucional da *Police Nationale*

Accéder au menu | Accéder au contenu | Plan du site | Nous contacter

Site internet du ministère

Recherche Recherche

Police nationale
MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR

ACCUEIL | Actualités | Présentation générale | Organisation | Nos métiers

Vous êtes ici : Accueil

Imprimer | Gestion des cookies

Mobilisation contre le rançongiciel WannaCry

Publié le 17 mai 2017

Selon Europol, la cyberattaque mondiale du rançongiciel WannaCry qui frappe la planète depuis vendredi 12 mai a fait 200 000 victimes, essentiellement des entreprises, dans au moins 150 pays.

[Lire l'article complet](#)

La France rend hommage à Xavier JUGELÉ, policier assassiné

Sens : deux promotions « spéciales » sorties de l'école nationale de police

L'utilisation des caméras-piéton

Mobilisation contre le logiciel malveillant Adylkuzz

18 mai 2017

Après la cyberattaque mondiale du rançongiciel WannaCry, un autre logiciel cible les ordinateurs Microsoft Windows.

#BlueWhaleChallenge

29 mars 2017

Depuis le début du mois de mars, un nouveau jeu dangereux fait parler de lui sur les réseaux sociaux. Afin d'éviter que le « défi de la baleine bleue » ne fasse de victimes en France, il est important d'agir préventivement.

HAUTE-VIENNE – Appel à victimes : objets volés

16 février 2017

Les policiers de Limoges (87) recherchent les propriétaires d'objets issus de vols, survenus dans le département de la HAUTE-VIENNE entre juin

CYBERCRIME
FICHES de PRÉVENTION
Tout savoir sur la cybercrime

GRANDS FORMATS

La POLICE de demain c'est vous!
lapolicenationale recrute.fr

DEVENEZ RÉSERVISTE

PHAROS
PLATEFORME D'OPÉRATIONNELISATION, D'ANALYSE, DE RECRUTEMENT ET D'ORGANISATION DES GÉNÉRALISTES

PRÉ-PLAINTES EN LIGNE
internet

Fonte: POLICE NATIONALE - Accueil - Police Nationale - Ministère de l'Intérieur [Em linha], atual. 2017. [Consult. 11 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.police-nationale.interieur.gouv.fr/>.

Anexo G – Página institucional da *Police Nationale* no *Facebook*

Police Nationale
@PoliceNationale

Página inicial

Sobre
Publicações
Pharos
Pré-plainte en ligne
Géo Police
Fotos
Vídeos
Notas
Gostos

[Criar uma Página](#)

Publicações

Police Nationale
9:11 · €

[#IlsontPoliciers] A #SaintBrieuc : des policiers bravent le vide pour secourir une adolescente prête à sauter du viaduc du Gouet. Bravo à nos courageux policiers !

Saint-Brieuc. Sauvetage d'une ado sur le viaduc : la photo du geste héroïque

Mercredi, trois automobilistes se sont arrêtés sur la RN12 pour empêcher une adolescente de sauter du viaduc du Gouet, au-dessus du port du Légué, à Saint

QUEST-FRANCE.FR

Organização governamental

Procure publicações nesta Página

Convidar amigos para gostarem desta Página

Bienvenue sur la page officielle de la Police Nationale.
En cas d'urgence contactez le 17 ou le 112

666 722 gostos
João Moura gosta disto

Sobre Ver Tudo

En cas d'urgence, appelez le 17 ou le 112

Habituellement responde dentro de algumas horas
Enviar Mensagem

www.police-nationale.interieur.gouv.fr

Organização governamental

Páginas de que esta Página gosta

Fonte: FACEBOOK - **Police Nationale** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 11 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/PoliceNationale?ref=hl>.

Anexo H – Página institucional da *Police Nationale* no *Twitter*

Police Nationale 
@PoliceNationale

Bienvenue sur le compte officiel de la Police nationale.
En cas d'urgence contactez le 17 ou le 112.
police-nationale.interieur.gouv.fr

330 TWEETS • 296.215 SEQUELORS • 1 SUIVANT

TWEETS MEDIA GIFTS

Police Nationale  @PoliceNationale • 9 h
[#RisquePoliciers] #Surdirec : des policiers trouvent le vide pr sécurité T ado prête à sauter du viaduc du Gouet



Suro-Breuc. Suroctage d'une ado sur le viaduc : la photo du geste héroïque ouest-france.fr

10 10 20 0

Police Nationale  @PoliceNationale • 10 h
[#LilleAuxAutres] Plus que 2 semaines pour vous inscrire au #concours 2017 de gardien de la paix ! lapolice-nationalerecrute.fr/concours-et-se...



0 40 50 0

Police Nationale network 

Ministère Intérieur  @MinistèreIntérieur • 10 de jun
🔥 Les freins s'abaissent soudainement ! Les voitures de la circulation

Fonte: TWITTER - *Police Nationale* [Em linha], atual. 2017. [Consult. 11 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<https://mobile.twitter.com/PoliceNationale>>.

Anexo I – Página institucional da *Police Nationale* no *Dailymotion*

The screenshot shows the Dailymotion channel page for 'Police Nationale'. The header includes the Dailymotion logo, a search bar, and a 'CARREGAR UM VÍDEO' button. The channel name 'Police Nationale' is prominently displayed, along with the subtitle 'Site officiel de la Police nationale'. Statistics show 95K visualizações, 46 seguidores, 37 vídeos, and 1 playlist. A 'Inscrito' button is visible. The main content area features a 'Video em destaque' section with a large video thumbnail of a man's face, and a 'Carregamentos recentes' section with three smaller video thumbnails. A text block below the main video reads: 'La Police nationale recrute : rejoignez-nous ! no ano passado - 863 views Nouvelle campagne de recrutement de la Police nationale. Rendez-vous sur : www.devenirpolice.fr'.

Fonte: DAILYMOTION - *Police Nationale* [Em linha], atual. 2017. [Consult. 11 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.dailymotion.com/police-nationale>.

Anexo J – Página institucional da *Police Nationale* no *Flickr*

The screenshot shows the Flickr gallery page for 'Police Nationale'. The header includes the Flickr logo, navigation links (Explorar, Criar), a search bar, and 'Login' and 'Cadastre-se' buttons. The channel name 'Police Nationale' is displayed with a '+ Seguir' button and '108 seguidores • 1 seguindo'. The main content area shows a grid of six photographs of police officers in uniform, with 'POLICE' visible on their vests. The bottom of the page shows a URL: 'x.com/photos/81930680@N05/23361732152/'.

Fonte: FLICKR - *Police Nationale* [Em linha], atual. 2017. [Consult. 11 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.flickr.com/photos/81930680@N05/>.

Anexo K – Página institucional da Polícia de Segurança Pública

A PSP :: A PSP Aconselha :: Programas Especiais :: Recrutamento :: Armas e Explosivos :: Segurança Privada :: Galeria de Media

consigo desde 1867

todos os dias!

ONDE ESTAMOS: Seleccione Distrito. Pesquisa

PESQUISA:

Bem-Vindo ao site da
Polícia de Segurança Pública Portuguesa

registe-se!
Seja o primeiro a saber.

e-polícia
Seleccione ...

112 Número Nacional de Emergência

NOTÍCIAS | TRÂNSITO | ACTIVIDADE OPERACIONAL | CONCURSOS

Em Destaque

» Concurso de Admissão-Curso de Formação de Agentes

Listas Provisórias dos candidatos admitidos e não admitidos

Outros Destaques

- CURSO DE FORMAÇÃO DE OFICIAIS DE POLÍCIA
- QUEM O AVISA... - RÁDIOS JUNHO 2017
- PORTO - 6 detidos e 26 buscas domiciliárias e não domic...
- VILA FRANCA DE XIRA - 7 detidos por tráfico de droga
- MADEIRA - 3 Detidos por tráfico de estupefacientes

LER TODAS

Comunicados de Imprensa | Portal de Recrutamento | Instrumentos de Gestão | Lanço de Armas

evite... furtos no seu carro

SIGNIFICATIVO AZUL

programa Estou Aqui!

União Útil :: Mapa do Sítio :: Webmail :: Portal Social :: YouTube :: Facebook :: Twitter :: Contate-nos

Desenvolvido por W3 | Polícia de Segurança Pública © todos os direitos reservados | MAI
Política de Privacidade

Fonte: POLICIA DE SEGURANÇA PUBLICA - Policia de Segurança Publica - Homepage [Em linha], atual. 2017. [Consult. 5 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.psp.pt/Pages/defaultPSP.aspx>.

Anexo L – Página institucional da PSP no Facebook

The screenshot shows the Facebook profile of the Polícia Segurança Pública (PSP). The page header includes the name 'Polícia Segurança Pública' and a search bar. The cover photo depicts several police officers in uniform riding motorcycles. The profile picture is a blue square with the PSP logo and the text 'POLÍCIA SEGURANÇA PÚBLICA'. The page name is 'Polícia Segurança Pública' with a verified badge and the handle '@policiasegurancapublica'. The page is categorized as 'Organização governamental em Lisboa' with a 4.4-star rating and the status 'Sempre aberta'. The page has 586,677 likes and 579,241 followers. A post in the 'Em destaque para ti' section features a photo of a police officer and a testimonial from Pires Rosário. The 'Fotos' section shows a photo of a police officer looking out over a city. The 'Sobre' section provides the address 'Largo da Penha de França, n.º 1, 1170-298 Lisboa' and the phone number '965 989 000'.

Fonte: FACEBOOK - Página da PSP [Em linha], atual. 2017. [Consult. 22 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/policiasegurancapublica/?pnref=story>.

Anexo M – Página institucional da PSP no *Twitter*

Polícia Portuguesa
@DNPSP
Twitter da PSP - Portugal

TWEETS 9.294 SEGUINDO 22 SEGUIDORES 9.575 CURTIDAS 2

Seguindo

Tweets Tweets e respostas Mídia

Polícia Portuguesa @DNPSP · 12 h
Bom dia! A Unidade Especial de Polícia nas Furnas - São Miguel.

Quem seguir · Atualizar · Ver todos

David Luiz @DavidLuiz...
Seguir

Fonte: TWITTER - **Twitter da PSP - Portugal** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 12 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://twitter.com/dnpsp>.

Anexo N – Página institucional da PSP no *YouTube*

Polícia Segurança Pública ✓ Subscrito 2 058

Início Vídeos Listas de reprodução Canais Acerca de

Todas as atividades

Polícia Segurança Pública carregado · marcou como "gosto" Há 2 semanas

Polícia, Lição de Vida
Polícia Segurança Pública
Há 2 semanas · 381 visualizações
A vida é sobre o quanto consegues aguentar e continuar a avançar.

Canais relacionados

- Tributo aos Polícias
Subscrever
- GNR - Guarda Nacio...
Subscrito
- wuant
Subscrever
- D4rkFrame

Fonte: YOUTUBE - **Página da PSP** [Em linha], atual. 2017. [Consult. 22 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.youtube.com/user/DNPSP>.

Anexo O – Página institucional da Guarda Nacional Republicana

[QUEM SOMOS](#) | [ÁREAS DE ATUAÇÃO](#) | [GNR NO MUNDO](#) | [IMPRESSÃO](#) | [CONTACTOS](#)

Serviços | **SOS Emergência 112** | **SOS Ambiente 808 200 520** | **SOS Trânsito 808 201 855** | **SOS Segurança 981 010 200**

GNR
 A GNR | Recrutamento | Atividade diária | A GNR aconselha | Operação Floresta Segura

Últimas Notícias

- 3 **Beira-Mar** – Operação direcionada ao crime de lavadouro
- 3 **Medeia** – O acidente por falta de distração
- 3 **Chaves** – Operação direcionada ao crime de furto de veículos
- 3 **Medeia** – Operação direcionada ao crime de lavadouro
- 3 **Algarve** – O acidente em Reguengo do Velho
- 3 **Alentejo** – Mais de 400 horas de trabalho operacional
- 3 **Alentejo** – Operação direcionada ao crime de lavadouro
- 3 **Alentejo** – Operação direcionada ao crime de lavadouro
- 3 **Alentejo** – Operação direcionada ao crime de lavadouro

Diário da GNR | **Spot GNR** | **Unidade Controlo Costeiro**

Redes Sociais | **União Civil** | **Desporto** | **ciência e inovação**

GNR no Facebook | GNR no YouTube | GNR no Instagram | GNR no Twitter |

Internet | Portal Social GNR | Concursos Públicos | Legislação Institucional | Direções de Comandamentos | Serviço de GNR | Serviços Especiais | SIG GNR

Portal de Cidadão | Portal de Carreira | Administração Interna | Sala de Comunidade Portuguesa | Academia Militar | Instituto Universitário Militar

Junho de 2017
 seg mar qua qui sex sáb dom

28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9

Fonte: GNR - Guarda Nacional Republicana: Homepage [Em linha], atual. 2017. [Consult. 5 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.gnr.pt/>.

Anexo P – Página institucional da GNR no *Facebook*

The image shows the Facebook profile of the GNR - Guarda Nacional Republicana. The profile picture is the GNR logo, and the cover photo shows a soldier in a boat. The page has a navigation menu on the left with options like 'Página Inicial', 'Publicações', 'Críticas', 'Vídeos', 'Fotos', 'Sobre', 'Gostos', 'Twitter', 'Instagram', 'YouTube', and 'Eventos'. The main content area features a post with a driving safety infographic titled 'CONDUZA SEMPRE NA MUDANÇA CERTA'. The infographic lists three points: 1. APTO PARA CONDUIZIR, 3. ATENÇÃO REDUZIDA, and 5. VELOCIDADE REDUZIDA. The page also shows contact information and a 'Contacto-nos' button.

Fonte: FACEBOOK - GNR- Guarda Nacional Republicana [Em linha], atual. 2017. [Consult. 15 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/GuardaNacionalRepublicana>.

Anexo Q – Página institucional da GNR no *Twitter*

GNR @GNRepublicana
GNR - Guarda Nacional Republicana
Portugal
Participa desde fevereiro de 2009

Tweets 10,5 mil · Seguidos 223 · Curtidas 6.197 · Seguidos 60

Tweets Tweets e respostas Mídia


GNR @GNRepublicana · 14 de jun
Delivamos dois homens e uma mulher, portador de estupefacientes e posse ilegal de arma em Mortágua. goo.gl/URdREn

Quem seguir: Sarah Killen (@LovelyBu...), Transport for London @... , Pedro Miranda (@PedroM...)

Assuntos do Momento: #CrisisLivreManchester (4.055 Tweets), #Escrta2017 (1.257 Tweets), Quinto Aires (1.256 Tweets), Medicamento (8.257 Tweets), Agência (10,5 mil Tweets)

Fonte: TWITTER - GNR [Em linha], atual. 2017. [Consult. 15 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://twitter.com/gnrepublicana>.

Anexo R – Página institucional da GNR no YouTube



GNR - Guarda Nacional Republicana

Início Vídeos Listas de reprodução Canais Acerca de

O que ver a seguir

A cerimónia do 106.º aniversário da GNR vista de outra perspetiva
de GNR - Guarda Nacional Republicana
895 visualizações · Há 1 semana

Dia Mundial da Internet - Alguma vez paraste para pensar no que publicaste na internet?
de GNR - Guarda Nacional Republicana
138 visualizações · Há 4 semanas

GNR resgata 22 migrantes na Grécia
de GNR - Guarda Nacional Republicana
117 visualizações · Há 2 meses

GNR resgata 14 migrantes na Grécia
de GNR - Guarda Nacional Republicana
67 visualizações · Há 2 meses

Segurança Rodoviária

Campanha de segurança rodoviária - DAMAGE
GNR - Guarda Nacional Republicana
3 562 visualizações · Há 3 anos

Campanha de segurança rodoviária - EXCUSES
GNR - Guarda Nacional Republicana
2 596 visualizações · Há 3 anos

Campanha de segurança rodoviária - JUST BECAUSE
GNR - Guarda Nacional Republicana
3 927 visualizações · Há 3 anos

Campanha de segurança rodoviária - MESS
GNR - Guarda Nacional Republicana
6 705 visualizações · Há 3 anos

Campanha de segurança rodoviária - MOMENT
GNR - Guarda Nacional Republicana
2 681 visualizações · Há 3 anos

Fonte: YOUTUBE - GNR - Guarda Nacional Republicana [Em linha], atual. 2017. [Consult. 15 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.youtube.com/user/GuardaRepublicana>.

Anexo S – Página institucional da GNR no *Instagram*



The image shows a screenshot of the Instagram profile for the Guarda Nacional Republicana (GNR). At the top, the Instagram logo and the word "Instagram" are visible. A search bar with the text "Pesquisar" is located to the right. Below the search bar, the profile name "guardanacionalrepublicana" is displayed, along with a "A seguir" button and a dropdown menu icon. The profile statistics show "701 publicações", "4 128 seguidores", and "A seguir 0". The bio reads "Guarda Nacional Republicana Uma força humana, próxima e de confiança www.gnr.pt". The profile picture is the GNR crest. Below the bio, there are three images: a motorcycle on a road, two GNR officers in uniform, and a GNR patrol car.

Fonte: INSTAGRAM - *Instagram da GNR* [Em linha], atual. 2017. [Consult. 21 mai. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.instagram.com/guardanacionalrepublicana/>.

Anexo T – Página institucional da Polícia Judiciária

The screenshot shows the homepage of the Portuguese Judicial Police (PJ). At the top, there is a navigation bar with links for 'Espaço Institucional', 'Espaço Público', 'Pedido de Colaboração', 'Alertas ao Cidadão', and 'Comunicações'. Below this is a 'Destaques' (Highlights) section with several news items, each accompanied by a small image and a date. The main content area is divided into columns, with the left column containing 'Últimas Notícias' (Latest News) and the right column containing a 'Pesquisa' (Search) box and a 'Pedidos de Colaboração' (Requests for Cooperation) section. The 'Pedidos de Colaboração' section includes links for 'Pessoas Desaparecidas', 'Identificação de Cadáveres', 'Identificação de Indivíduos', 'Identificação de Objetos Recuperados', and 'Localizar Obras de Arte Furtadas'. At the bottom right, there is a 'Estatísticas' (Statistics) section showing the number of visitors and the last update date. A pagination bar is visible at the bottom left of the page.

Destaques

Detenção de dois suspeitos
08/09/2017

Detenção de suspeito de abuso sexual
08/09/2017

Detenção de incêndio florestal -
08/09/2017

Detenção de incêndio florestal -
08/09/2017

Detidos mais três incendiários
Foram detidas mais três pessoas por terem provocado incêndios florestais nas zonas de Penacova, Lamago, Viseu e Vouzela. No decurso deste ano, a Polícia Judiciária já deteve 92 incendiários ...
08/09/2017

Últimas Notícias

Detenção de homem suspeito de incêndio florestal - Tarouca
A Polícia Judiciária, através da Unidade Local de Investigação Criminal de Vila Real, com a ...
05/09/2017

Detenção de incêndio florestal - Figueira da Foz
A Polícia Judiciária, através da Direção do Centro, procedeu à detenção de um homem, solteiro, ...
01/09/2017

Detenções de traficantes de estupefacientes
A Polícia Judiciária, através do Departamento de Investigação Criminal de Ponta Delgada, identificou e deteve ...
31/08/2017

Detido autor de incêndio florestal ocorrido ontem em Erçada, Covilhã
A Polícia Judiciária, através do Departamento de Investigação Criminal da Guarda, identificou e deteve, ao ...
04/09/2017

Detenção por crime de abuso sexual de pessoa incapaz de resistência
A Polícia Judiciária, através da Direção de Lisboa e Vale do Tejo, identificou e deteve ...
01/09/2017

Detenção de autores de tiroteios
A Polícia Judiciária, através da Direção do Centro, identificou três suspeitos e deteve dois deles, ...
31/08/2017

Pesquisa

Comunicações

Queixa Eletrónica

Comunicar Operação Suspeita - UIF

Denúncia Anónima

Pedidos de Colaboração

Pessoas Desaparecidas

Identificação de Cadáveres

Identificação de Indivíduos

Identificação de Objetos Recuperados

Localizar Obras de Arte Furtadas

Estatísticas

Nº de visitantes:
16 527

Última atualização:
08/09/2017

1 2 3 4 5 6

Fonte: PJ - Homepage da Polícia Judiciária [Em linha], atual. 2017. [Consult. 10 set. 2017]. Disponível em WWW:<URL: <https://www.policiajudiciaria.pt/>>.

Anexo U – Página institucional da PJ no *Twitter*

Polícia Judiciária
@PJudiciaria

Portugal
pj.pt
Participa desde fevereiro de 2010

Tweets e respostas

- Polícia Judiciária @PJudiciaria · 2 h
Detenção por tentativa de homicídio policiajudiciaria.pt/PortalWeb/page...
- Polícia Judiciária @PJudiciaria · 2 h
Detido agressor sexual policiajudiciaria.pt/PortalWeb/page...
- Polícia Judiciária @PJudiciaria · 14 de jun
Detenção por homicídio tentado policiajudiciaria.pt/PortalWeb/page...
- Polícia Judiciária @PJudiciaria · 14 de jun
Polícia Judiciária deteve suspeitos de tráfico de estupefacientes policiajudiciaria.pt/PortalWeb/page...
- Polícia Judiciária @PJudiciaria · 14 de jun
Desmantelamento de grupo violento de assaltantes policiajudiciaria.pt/PortalWeb/page...
- Polícia Judiciária @PJudiciaria · 14 de jun
Detenção de abusador sexual policiajudiciaria.pt/PortalWeb/page...
- Polícia Judiciária @PJudiciaria · 12 de jun
Detenção de evadido policiajudiciaria.pt/PortalWeb/page...

Quem seguir · Atualizar · Ver todos

- Transport for London @...
- Ministro Adjunto PT @...
- Rúben Vilela @rubendvill...

Assuntos do Momento · Alterar

- Domi 3.470 Tweets
- #Link 1.880 Tweets
- Procedimento
- #Ecsite2017 1.213 Tweets
- #5meianoite
- O Ronaldo 3.298 Tweets
- Beja 1.389 Tweets
- Medicamento 5.732 Tweets
- Bruno de Carvalho
- Quintino Aires 1.882 Tweets

Fonte: TWITTER - Polícia Judiciária [Em linha], atual. 2017. [Consult. 16 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://twitter.com/PJudiciaria>.

Anexo V – Página institucional da PJ no *YouTube*

Pesquisa

policiajudiciariadn
101 subscritores

SUBSCREVER 101

INÍCIO VÍDEOS LISTAS DE REPRODUÇÃO CANAIS ACERCA DE

Todas as atividades

policiajudiciariadn carregou um vídeo

70º Aniversário da Polícia Judiciária - Algumas operações relevantes realizadas no último ano
policiajudiciariadn · 2 358 visualizações · Há 1 ano
70º Aniversário da Polícia Judiciária

Fonte: YOUTUBE- Polícia Judiciária [Em linha], atual. 2017. [Consult. 10 set. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.youtube.com/>.

Anexo W – Página institucional do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras

English | 2017-06-16 14:38 | SEF SERVIÇO DE ESTRANGEIROS E FROTEIRAS | Ministério da Administração Interna

ORGANIZAÇÃO SEF

- > Organograma
- > Lei Orgânica
- > Missão
- > Âmbito de atuação
- > Atribuições
- > Historial
- > Documentos de Gestão
- > Normas e Boas Práticas
- > Recursos Humanos
- > Projetos Europeus

LEGISLAÇÃO

- > Estrangeiros
- > Fronteiras
- > Asilo
- > Estatutos de Igualdade
- > Passaportes

DESTAQUE - SÍTIOS WEB

- > SEFSTAT - Portal de Estatística
- > LEGISPÉDIA
- > Rede Europeia das Migrações
- > Unidade Anti-Tráfico de Pessoas
- > SEF no Facebook
- > SEF no Twitter
- > SEF no Youtube
- > SEF TV

PUBLICAÇÕES

- > SEF em Revista
- > Publicações Institucionais
- > Relatórios de Imigração

Boletins de Alojamento
Contactos SEF
Fale Conosco

Como Posso... ?

- [Nós Ajudamos](#)
- [Perguntas Frequentes](#)

Efetue online a sua marcação numa Delegação do SEF

Agenda de Eventos

Notícias

- 14 junho 2017**
Nota à Comunicação Social - SEF faz detenção por uso de passaporte falsificado
O indivíduo, de 20 anos de idade, portador de um passaporte italiano falsificado, foi interceptado pelo SEF durante o controlo de um voo com destino a To ...
- 13 junho 2017**
Nota à Comunicação Social - Detenção no Aeroporto de Lisboa por falsificação de documentos
O Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) deteve, no aeroporto Humberto Delgado, em Lisboa, um cidadão estrangeiro com documentação de viagem falsifi ...
- 13 junho 2017**
Aviso - Centro de Contacto do SEF encerrado no dia 13 junho
Em virtude do feriado municipal de Lisboa, informa-se que o Centro de Contacto do SEF está encerrado durante o dia 13 junho 2017.
- 12 junho 2017**
Visa Information System (VIS)
O VIS é um sistema de intercâmbio de dados sobre vistos entre Estados-Membros Schengen. Estes países partilham uma área comum de livre circulação sem co ...
- 12 junho 2017**
Nota à Comunicação Social - SEF cumpre mandado de captura por crimes de roubo agravado e homicídio qualificado
O SEF, no Aeroporto de Ponta Delgada, procedeu à detenção de um cidadão estrangeiro em cumprimento de mandado de captura, procurado pelos crimes de roub ...

GOLDEN RESIDENCE PERMIT PROGRAMME

Sistema VIS

Unidade Anti-Tráfico de Pessoas DCINV/SEF

Projetos Europeus

SEF nas Redes Sociais

SITE OPTIMIZADO IE 6.0 OU SUPERIOR PARA 800x600 | POWERED BY S.E.F.-IT | W3C WAI-AA WCAG 1.0

Fonte: SEF - Portal SEF [Em linha], atual. 2017. [Consult. 5 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.sef.pt/portal/v10/PT/asp/page.aspx>.

Anexo X – Página institucional do SEF no Facebook

The image shows the Facebook profile of the Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF). The header includes the SEF logo and the text 'SERVIÇO DE ESTRANGEIROS E FROTEIRAS' with the website 'www.sef.pt'. The page is titled 'Serviço de Estrangeiros e Fronteiras' with the handle '@servicoeestrangeirosedefronteiras'. A navigation menu on the left lists options like 'Página Inicial', 'Sobre', 'Fotos', 'Críticas', 'Gostos', 'Notas', 'Vídeos', 'Eventos', 'SEF no Twitter', and 'Publicações'. The main content area features a post from 'Serviço de Estrangeiros e Fronteiras' dated '2 h' ago. The post includes a photo of a SEF police badge and the following text: 'Detenção no Aeroporto de Lisboa por uso de documento de viagem falso. O Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF), no Aeroporto de Humberto Delgado, em Lisboa, deteve um cidadão estrangeiro por uso de documento de viagem falso. O indivíduo, de 39 anos de idade, portador de um Bilhete de Identidade grego falso, foi interceptado pelo SEF durante o controlo de um voo com destino a Manchester. O detido foi presente às autoridades judiciais para aplicação de eventuais medi...'. The right sidebar shows a rating of 3.8 stars, a community size of 16,451 people, and contact information for the organization, including the address 'Avenida do Casal de Cabanas, Urbanização Cabanas Golf Nº 1, 2734-008 Oeiras' and phone numbers '+351 214 236 200 / +351 965 903 800'. There is also a 'Enviar Mensagem' button and a 'Fotos' section at the bottom right.

Fonte: FACEBOOK - Serviço de Estrangeiros e Fronteiras [Em linha], atual. 2017. [Consult. 16 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/servicoeestrangeirosefronteiras#>.

Anexo Y – Página institucional do SEF no *Twitter*

SEF
SERVIÇO DE ESTRANGEIROS E FRONTEIRAS

Motivados pe

TWEETS 248 SEGUINDO 18 SEGUIDORES 648 CURTIDAS 26 Seguindo

SEF
@SEF_Portugal
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
sef.pt
Participa desde dezembro de 2015

Tweetar para

0 Seguidores que você conhece

84 Fotos e vídeos

Tweets Tweets e respostas Mídia

SEF @SEF_Portugal · 3 h
Detenção no Aeroporto de Lisboa por uso de documento de viagem falso sef.pt/porta/v10/PT/...

SEF @SEF_Portugal · 3 h
O SEF participa no Projeto Vega Children / Frontex - combate ao tráfico de crianças nas fronteiras aéreas youtu.be/TW1fdpBiolQ

SEF @SEF_Portugal · 14 de jun
Declaration of Entry. Find out who needs to submit it, when and how to do it Traduzir do inglês

Quem seguir · Atualizar · Ver todos

- Short Motivation @short... Seguir
- Transport for London Seguir
- Modernização PT @m... Seguir

Encontrar amigos

Assuntos do Momento · Alterar

- Rússia 500 mil Tweets
- #link 1.722 Tweets
- Procedimento
- #Ecsite2017 1.207 Tweets
- #Smeianoite
- Beja 1.458 Tweets
- O Ronaldo 3.309 Tweets
- Bruno de Carvalho
- Luis Bernardo
- #SAPDlifestyle

Fonte: TWITTER - Serviço de Estrangeiros e Fronteiras [Em linha], atual. 2017. [Consult. 16 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://twitter.com/sef_portugal>.

Anexo Z – Página institucional do SEF no *YouTube*



Serviço de Estrangeiros e Fronteiras Subscrito  185

[Início](#) [Vídeos](#) [Listas de reprodução](#) [Canais](#) [Discussão](#) [Acerca de](#)

Todas as atividades ▾

Serviço de Estrangeiros e Fronteiras carregou um vídeo Há 2 semanas

Na RTP: Caso de assalto a residências
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
Há 2 semanas • 71 visualizações
Deverá ser lido hoje o acórdão de seis georgianos suspeitos de assaltarem residências em Portugal. De acordo com a acusação, os assaltantes vinham a Portugal com o único objetivo.

Serviço de Estrangeiros e Fronteiras carregou um vídeo Há 2 semanas

Na SIC: Operação Fronteira Branca - 11 de maio
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
Há 2 semanas • 54 visualizações
Declarações do Sub-Diretor Regional da DRLVTA, José Caçador

Serviço de Estrangeiros e Fronteiras carregou um vídeo Há 2 semanas

No Porto Canal: Estrangeiros vivem em Portugal
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
Há 2 semanas • 43 visualizações
A população estrangeira que reside no distrito do Porto é de cerca de 23 mil pessoas, a maioria constituída por cidadãos brasileiros, ucranianos e chineses. Os dados foram...

Serviço de Estrangeiros e Fronteiras carregou um vídeo Há 1 mês

Fonte: YOUTUBE - Serviço de Estrangeiros e Fronteiras [Em linha], atual. 2017. [Consult. 16 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.youtube.com/serviçodeestrangeirosefronteiras#1>.

Anexo AA – Página institucional da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

REPÚBLICA PORTUGUESA
ECONOMIA

ASAE
Autoridade de Segurança Alimentar e Económica
Orgão de Policia Criminal

CONTACTOS | AJUDA | MAPA DO SITE |
FAQs

Bem-vindos ao site da ASAE

A ASAE é a autoridade administrativa nacional especializada no âmbito da segurança alimentar e da fiscalização económica. Desta modo, é responsável pela avaliação e comunicação dos riscos na cadeia alimentar, bem como pela disciplina do exercício das atividades económicas nos setores alimentar e não alimentar, mediante a fiscalização e prevenção do cumprimento da legislação regulamentar das mesmas. No exercício da sua missão, a ASAE regozee-se pelas premissas da independência científica, da proeza, da credibilidade e transparência e da confiabilidade.

FISCALIZAÇÃO, INSPEÇÃO E INVESTIGAÇÃO

Área Alimentar

- Controlo Oficial
- Investigação Criminal
- RASFF

Área Económica

- RAPEX
- Branqueamento de Capital
- Integração ao Consumidor
- Medidas Restritivas

AVALIAÇÃO E COMUNICAÇÃO DE RISCOS ALIMENTARES

Avaliação de Riscos

Comunicação de Riscos

Estudos

EFSA

EFSA-Notícias

LABORATÓRIO DE SEGURANÇA ALIMENTAR

Laboratórios

- Acreditação
- Ensaio Laboratoriais

Resultados PNCA

Resultados PNCRP

Resultados VT/BEOV

Informações

DESTAQUES

ASAEnews nº 107 - maio 2017

Riscos e Alimentos
ASAE nas Escolas

Riscos e Alimentos nº 12 - dez.2016 (PDF - 2.891 KB)

Regulamento (CE) nº 765/2008

O "Guia azul"

Verificação Técnica das Bebidas Espirituosas de Origem Vinica

CONTACTOS | GALERIA DE IMAGENS | LINKS

COMPETE | ER | EFSA | DRE | Área Reservada | Acessibilidade | Política de Privacidade e Segurança | Ficha Técnica - mastheadlink | Última Atualização: 2017-05-15

Fonte: ASAE - Site da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica [Em linha], atual. 2017. [Consult. 5 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.asae.pt/>.

Anexo BB – Página institucional da ASAE no Facebook

ASAE - Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

ASAE - Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

Organização governamental em Lisboa
3,5 ★★★★★ · Fechado agora

Comunidade

- Convida os teus amigos para gostares desta Página
- 3681 pessoas gostam disto
- 3734 pessoas seguem isto
- 15 pessoas visitaram
- Jorge Manuel Gomes Ferreira gosta disto ou visitou

Sobre

Rua Rodrigo da Fonseca, nº 73
1269-274 Lisboa
21 798 3800
www.asae.pt

Organização governamental

Abre Segunda-feira
Fechado agora

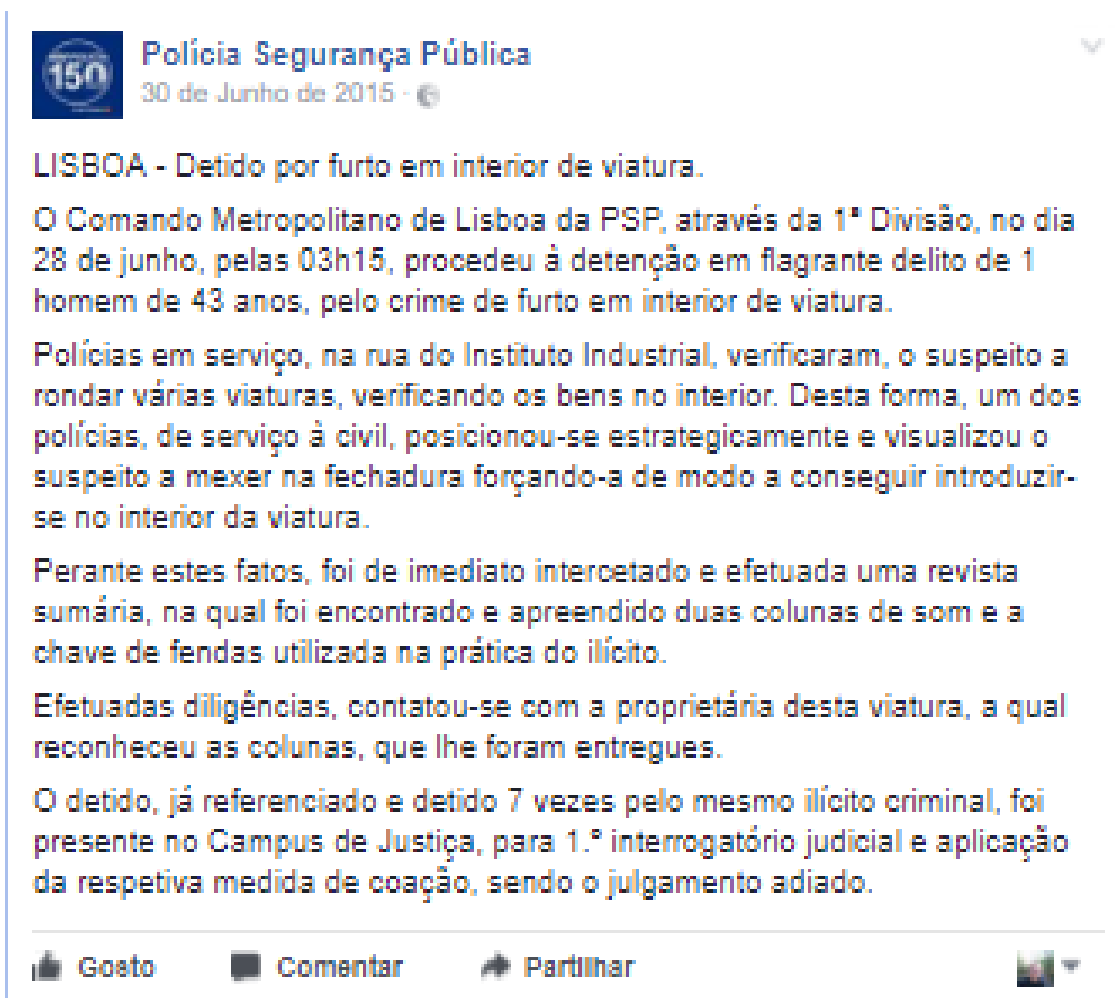
Críticas

3,5 ★★★★★ 41 críticas

Diz às pessoas o que pensas

Fonte: FACEBOOK - ASAE - Autoridade de Segurança Alimentar e Económica [Em linha], atual. 2017. [Consult. 16 jun. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/ASAE-Autoridade-de-Segurança-Alimentar-e-Económica-1762847233926987/?fref=ts>.

Anexo CC – Exemplos de conteúdos da categoria *Reativa* produzidos e partilhados pela PSP, *London Metropolitan Police* e *Police Nationale* nas suas páginas institucionais no *Facebook* no biénio 2015-2016



The image shows a screenshot of a Facebook post from the official page of the Polícia Segurança Pública (PSP). The post is dated June 30, 2015. The text of the post describes a theft in progress inside a car in Lisbon. It details how police officers observed a suspect tampering with a car door and how they intervened, finding two columns of cash and a key. The suspect is identified as having a previous criminal record and is currently in custody at the Court Campus.

Polícia Segurança Pública
30 de Junho de 2015 · 🌐

LISBOA - Detido por furto em interior de viatura.

O Comando Metropolitano de Lisboa da PSP, através da 1.ª Divisão, no dia 28 de junho, pelas 03h15, procedeu à detenção em flagrante delito de 1 homem de 43 anos, pelo crime de furto em interior de viatura.

Polícias em serviço, na rua do Instituto Industrial, verificaram, o suspeito a rondar várias viaturas, verificando os bens no interior. Desta forma, um dos polícias, de serviço à civil, posicionou-se estrategicamente e visualizou o suspeito a mexer na fechadura forçando-a de modo a conseguir introduzir-se no interior da viatura.

Perante estes fatos, foi de imediato interceptado e efetuada uma revista sumária, na qual foi encontrado e apreendido duas colunas de som e a chave de fendas utilizada na prática do ilícito.

Efetuadas diligências, contactou-se com a proprietária desta viatura, a qual reconheceu as colunas, que lhe foram entregues.

O detido, já referenciado e detido 7 vezes pelo mesmo ilícito criminal, foi presente no Campus de Justiça, para 1.º interrogatório judicial e aplicação da respetiva medida de coação, sendo o julgamento adiado.

👍 Gosto 💬 Comentar ➦ Partilhar

Fonte: FACEBOOK - Página da PSP [Em linha], atual. 2015. [Consult. 16 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/policiasegurancapublica/posts/851177468271102>.



Metropolitan Police Service adicionou 2 fotos novas.

5 de Junho de 2015 · 🌐

Dramatic moment captured as officers recover a loaded gun discarded by suspect

A man who was caught by police in possession of a loaded firearm in the middle of the night, has been jailed for 14 years at Snaresbrook Crown Court, yesterday 3 June.

Mohammed Alasow, 24 (30.10.90) of Mount Pleasant Lane in Redbridge was found guilty of the following offences:

- possession of a firearm with intent
- possession of ammunition (including a silencer)

<http://www.mynewsdesk.com/.../man-caught-in-possession-of-a-l...>



👍 Gosto

💬 Comentar

➦ Partilhar



Fonte: FACEBOOK - Página da *London Metropolitan Police* [Em linha], atual. 2015. [Consult. 16 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.facebook.com/metpoliceuk/posts/920028191387487>>.



Police Nationale partilhou a publicação de France Diplomatie.

22 de Março de 2016 · 🌐

[INFO] Le Quai d'Orsay ouvre une cellule de crise pour informer les familles ayant des proches à Bruxelles

Ver Tradução



France Diplomatie

22 de Março de 2016 · 🌐

👍 Gostar da Página

Explosions à Bruxelles : une cellule de crise est ouverte au Quai d'Orsay : 01 45 55 80 00

Ver Tradução



Belgique- Dernière minute

Des explosions se sont produites en début de matinée à l'aéroport de...

DIPLOMATIE.GOUV.FR

👍 Gostar

💬 Comentar

🔗 Partilhar



Fonte: FACEBOOK - Página da *Police Nationale* [Em linha], atual. 2016. [Consult. 16 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/PoliceNationale/posts/1015886578477484>.

Anexo DD – Exemplos de conteúdos da categoria *Preventiva* produzidos e partilhados pela PSP, London Metropolitan Police e Police Nationale nas suas páginas institucionais no Facebook no biénio 2015-2016



S. João - Quadras de Seguranca PSP

O S. João é uma tradição à qual a PSP se associa na seguranca e apoio aos cidadãos. Consegue encontrar as quadras de seguranca da PSP nos manjericos ao longo da festa? As mesmas serão distribuídas por elementos do Modelo Integrado de Policiamento de Proximidade da PSP, do Comando Metropolitano do Porto.

Bons festejos, em seguranca!



Gosto Comentar Partilhar

Fonte: FACEBOOK - Página da PSP [Em linha], atual. 2015. [Consult. 16 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/policiasegurancapublica/photos/a.118723868183136.28032.109274852461371/847479231974259/?type=3&theater>.



Metropolitan Police Service adicionou 4 fotos novas.

29 de Junho de 2015 · 🌐

Policing with Pride

Met officers joined thousands of partygoers on the streets of Central London as they had fun in the sun during the London Pride celebrations on 27th June.

The event, which celebrates the LGBT community, attracts thousands of visitors to the Capital every year and is known for its colourful and vibrant party atmosphere.

Here are some of the best photos captured by the new @MetLGBT twitter account of officers joining in the party whilst making sure everyone enjoyed the event safely.



👍 Gosto

💬 Comentar

➦ Partilhar

Fonte: FACEBOOK - Página da *London Metropolitan Police* [Em linha], atual. 2015. [Consult. 16 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<<https://www.facebook.com/metpoliceuk/posts/934098539980452>>.>



Police Nationale

30 de Março de 2018 · 🌐

[PRÉVENTION] Arnaque aux numéros surtaxés:

Attention, les escrocs appellent AUSSI la nuit pour vous piéger!

Votre téléphone sonne en pleine nuit sans vous laisser le temps de décrocher? Prudence, il s'agit peut être d'une arnaque.

L'objectif est simple, profiter de votre inquiétude pour vous faire rappeler.

Vous tombez alors sur un répondeur vous demandant de contacter de toute urgence le service contentieux (qui est en réalité un numéro surtaxé).

Les bons réflexes :

- N'appellez pas le prétendu service contentieux (numéro surtaxé)
- Signalez-le au 33 700 ou sur <http://www.33700.fr/>

Ver Tradução



Arnaque à l'appel en absence

Le ping call est une technique d'escroquerie courante qui se développe ces derniers mois. Quelques conseils pour éviter cette arnaque.

POLICE-NATIONALE.INTERIEUR.GOUV.FR

👍 Gosto

💬 Comentar

➦ Partilhar



Fonte: FACEBOOK - Página da *Police Nationale* [Em linha], atual. 2016. [Consult. 16 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.facebook.com/PoliceNationale/posts/1023417667724375>>.

Anexo EE – Exemplos de conteúdos da categoria *Generalista* produzidos e partilhados pela PSP, *London Metropolitan Police* e *Police Nationale* nas suas páginas institucionais no *Facebook* no biénio 2015-2016



Polícia Segurança Pública

22 de Junho de 2016

Partilhamos esta imagem, onde se encontra um famoso microfone.



👍 Gosto

💬 Comentar

➦ Partilhar

Fonte: FACEBOOK - **Página da PSP** [Em linha], atual. 2016. [Consult. 16 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/policiasegurancapublica/photos/a.118723868183136.28032.109274852461371/1044511718937675/?type=3&theater>.



Metropolitan Police Service

22 de Junho de 2016 · €

We are on Instagram - metpolice_uk

Join us on Instagram and enjoy our favourite #Instamoments with more original photos like this:

Police dog handler and his buddy are all suited and booted ready for specialist training.

https://www.instagram.com/metpolice_uk/



👍 Curtir

💬 Comentar

➦ Partilhar



Fonte: FACEBOOK - Página da *London Metropolitan Police* [Em linha], atual. 2016. [Consult. 16 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<<https://www.facebook.com/metpoliceuk/photos/a.260071987383114.63748.260012884055691/1124739040916400/?type=3&theater>>>.



Police Nationale

29 de Junho de 2015 · 🌐



[RECRUTEMENT] Vous êtes inscrit au concours de #GardiendelaPaix et vous souhaitez vous préparer aux épreuves sportives ?
Téléchargez ce guide d'entraînement qui sera un précieux allié dans votre progression.

[Ver Tradução](#)



Nouveau !

Les épreuves sportives sont des incontournables de nos concours et sélections. Pour ne laisser aucun point vous échapper, commencez dès à présent une solide préparation !

LAPOLICENATIONALERECRUTE.FR

Gosto

Comentar

Partilhar



Fonte: FACEBOOK - *Página da Police Nationale* [Em linha], atual. 2015. [Consult. 16 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/PoliceNationale/posts/881500945249382>.

Anexo FF – Barra de pesquisa de utilizadores e conteúdos produzidos e partilhados no Facebook

The image shows a screenshot of a Facebook search results page. At the top, the search bar contains the text "polícia de segurança pública". Below the search bar, the navigation menu includes "Todos", "Publicações" (circled in blue), "Pessoas", "Fotos", "Vídeos", "Loja", "Páginas", "Locais", "Grupos", "Apps", and "Eventos".

On the left side, there are filter options under "Filtrar resultados":

- ORDENAR POR**
 - Mais recentes
 - Publicações principais
- PUBLICADO POR**
 - Qualquer pessoa
 - Tu
 - Os teus amigos
 - Os teus amigos e grupos
 - Polícia Segurança Pública** (selected)
 - Escolhe uma fonte...
- PUBLICADO NO GRUPO**
 - Qualquer grupo
 - Os teus grupos
 - Escolhe um grupo...
- LOCALIZAÇÃO IDENTIFICADA**
 - Em qualquer lado
 - São Marcos, Lisboa, Portugal
 - Lisboa
 - Escolhe uma localização...
- DATA DE PUBLICAÇÃO**
 - A qualquer momento
 - 2017
 - 2016
 - 2015
 - Mar 2015** (selected)
 - Escolhe uma data...

The main content area shows a post from "Polícia Segurança Pública" dated "26 de Março de 2015". The post text reads: "A Polícia de Segurança Pública (PSP), destruiu esta manhã um total de 4.123 armas, sendo maioritariamente armas de fogo longas (3.763) e uma pequena quantidade de armas brancas (360), no âmbito do Regime Jurídico das Armas e suas Munições. De referir a propósito que, durante o ano de 2015, a PSP efectuou já 2 destruições de armas, num total de 6.589 armas, sendo destas 6.299 armas de fogo e 528 armas brancas." Below the text are three images: a large image of a mechanical claw crushing metal, and two smaller images showing piles of destroyed weapons. The post has 861 likes, 35 comments, and 115 shares.

On the right side, there is a language selection menu with options for Portuguese (Portugal), English (US), Español, Français (France), and Deutsch. Below it are links for "Privacidade", "Termos", "Publicidade", "AdChoices", "Cookies", "Mais", and "Facebook © 2017".

Fonte: FACEBOOK - Ferramenta de Pesquisa [Em linha], atual. 2017. [Consult. 9 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/>.

Anexo GG – Número total de utilizadores que colocaram “Gosto” na página da PSP no Facebook

Facebook page for Policia Segurança Pública. The page displays the following statistics:

Metric	Value
Número total de Gostos	594 m
Total de seguidores	587 m
Total de visitas	999

Fonte: FACEBOOK - Página da PSP [Em linha], atual. 2017. [Consult. 9 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.facebook.com/policiasegurancapublica/?pnref=story>.

Anexo HH – Número total de utilizadores que colocaram “Gosto” na página da London Metropolitan Police no Facebook

Facebook page for Metropolitan Police Service. The page displays the following statistics:

Metric	Value
Número total de Gostos	169 m
Total de seguidores	170 m

Fonte: FACEBOOK - Página da London Metropolitan Police [Em linha], atual. 2017. [Consult. 9 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL: https://www.facebook.com/metpoliceuk/>.

Anexo II – Número total de utilizadores que colocaram “Gosto” na página da *Police Nationale* no Facebook

The screenshot displays the Facebook profile of 'Police Nationale' (@PoliceNationale). The page features a blue header with a search bar and user profile information. A navigation menu on the left includes options like 'Página inicial', 'Sobre', 'Publicações', 'Pharos', 'Pré-plainte en ligne', 'Géo Police', 'Fotos', 'Vídeos', 'Notas', and 'Gostos'. The main content area shows a post from 'Police Nationale' about a new road safety tip for the Tour de France. The sidebar on the right includes a search bar, a link to share the page, and a section for 'Gostos' (likes) which is circled in blue, showing '671 090 gostos'.

Fonte: FACEBOOK - *Página da Police Nationale* [Em linha], atual. 2017. [Consult. 9 jul. 2017]. Disponível em WWW:<URL: <https://www.facebook.com/PoliceNationale/>>.

Anexo JJ – Exemplo de cobertura noticiosa da categoria *Reativa* aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no *Facebook* no biénio 2015-2016

SEGURANÇA

Gato "com faro policial" denuncia plantação de cannabis

28.06.2016 13:55 | por Alexandre R. Malhado | 20

A PSP, ao procurar por um gato em apuros, acabou por encontrar uma plantação de cannabis.

ÚLTIMAS

- Couceiro: "Quem entra em Alvalade para jogar para o 0-0 perde o jogo" 17:45
- Procuradores reabrem investigação que envolve Lula da Silva e Portugal Telecom 17:51
- Imagem viral de Fellaini já está num mural 17:14
- CDS: "Ministra não

Fonte: SÁBADO - [Em linha], atual. 2016. [Consult. 7 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.sabado.pt/portugal/seguranca/detalhe/gato-com-faro-policial-denuncia-plantacao-de-cannabis>.

Anexo KK – Exemplo de cobertura noticiosa da categoria *Preventiva* aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no *Facebook* no biénio 2015-2016

EXPRESSO TRIBUNA BLITZ EXAME INFORMÁTICA EXAME BOA CAMA BOA MESA EMPREGO IMOBILIÁRIO O MIRANTE Assinar Loja f t s Logout

Expresso

DIÁRIO SEMANÁRIO

ÚLTIMAS OPINIÃO ECONOMIA EXPRESSO CURTO PODCASTS TRIBUNA 2:59 DOCUMENTÁRIOS Pesquisa

SOCIEDADE

“Quem o avisa...” Saiba onde a PSP vai ter radares até ao fim do mês

03.08.2016 às 12h05



Polícia de Segurança Pública divulgou a lista, como é hábito, no Facebook. São dezenas de ações de fiscalização. “Quem o avisa...”, justifica a PSP

PUBLICIDADE

randstad

Fonte: EXPRESSO - [Em linha], atual. 2016. [Consult. 7 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://expresso.sapo.pt/sociedade/2016-08-03-Quem-o-avisa.-Saiba-onde-a-PSP-vai-ter-radares-ate-ao-fim-do-mes>.

Anexo LL – Exemplo de cobertura noticiosa da categoria *Generalista* aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no *Facebook* no biénio 2015-2016

Microfone atirado ao lago encontrado pela polícia - o meme da PSP

Polícia de Segurança Pública utiliza a sua página no Facebook para brincar com a situação protagonizada por Cristiano Ronaldo

EXPRESSO | 22.06.2016 Às 14H32



Fonte: EXPRESSO - [Em linha], atual. 2016. [Consult. 7 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:<http://tribunaexpresso.pt/euro2016/2016-06-22-Microfone-atirado-ao-lago-encontrado-pela-policia--o-meme-da-PSP>>.

Anexo MM – Exemplo de cobertura noticiosa da categoria *Neutra* aos conteúdos produzidos e partilhados pela PSP na sua página institucional no *Facebook* no biénio 2015-2016

Portugal

Sobe para sete número de detidos na operação da PSP na Quinta do Mocho

Lisboa

03 DE DEZEMBRO DE 2015
09:16

Lusa

183 PARTILHAS

ENVIAR POR EMAIL

IMPRIMIR

PAULO JORGE MAGALHÃES/ARQUIVO GLOBALIMAGENS

Cerca de 200 agentes da PSP estão desde as 07:10 a realizar uma grande operação para detetar armas ilegais

RED FAS III
EPOCA 2017/18

Fonte: DIÁRIO DE NOTÍCIAS - [Em linha], atual. 2015. [Consult. 8 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:http://www.dn.pt/portugal/interior/psp-poe-200-agentes-em-grande-operacao-de-combate-as-armas-ilegais-4913292.html>.

Anexo NN – Exemplo de pesquisa de informação no *Google*

Google "Polícia de Segurança Pública"+"PSP"+"Redes Sociais"+"Faceboc

Tudo Imagens **Notícias** Vídeos Mapas Mais Definições Ferramentas

Todas as notícias 1/01/2015 – 31/12/2015 Ordenado por data Ocultar duplicados Limpar

 **"Not so selfie": PSP lança campanha contra carteiristas** 
TVI24 - 21/08/2015
O Comando Metropolitano de Lisboa (Cometlis) da PSP iniciou na quinta-feira ... redes sociais, nomeadamente na página de Facebook do Cometlis, que tem cerca de 20 ... Nas redes sociais, o Cometlis partilha "imagens de comportamentos de risco e ... Polícia de Segurança Pública - Comando Metropolitano de Lisboa.

 **Agressão em Guimarães: PSP inundada de protestos** 
Observador - 18/05/2015
A página do Facebook da PSP encheu-se de comentários negativos e acusações. ... Os comentários nas redes sociais tornam evidente a revolta contra a ... e a falta de "sensibilidade" da Polícia de Segurança Pública fazem com que as suas ...
PSP abre processo disciplinar ao polícia das agressões em ...
Expresso - 18/05/2015
Pai agredido em Guimarães garante: "estava só a dar água ao meu ...
Sapo Desporto - 19/05/2015

 **PSP lança alerta para publicação de fotos de crianças em redes ...** 
Move Notícias - 09/08/2015
PSP lança alerta para publicação de fotos de crianças em redes sociais ... dado pela Polícia de Segurança Pública (PSP) na sua página oficial de Facebook.

Fonte: GOOGLE - [Em linha], atual. 2017. [Consult. 7 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.google.pt/>.

Anexo OO – Resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook* no ano de 2015, segundo as palavras-filtro/expressões exatas utilizadas

Data de Pesquisa	Ano de Publicação das Notícias	OCS na WWW	Conteúdos Noticiosos que contêm as palavras-filtro/expressões exatas " <i>Polícia de Segurança Pública</i> ", " <i>PSP</i> " e " <i>Facebook</i> "	Conteúdos Noticiosos que contêm apenas as palavras-filtro/expressões exatas " <i>Polícia de Segurança Pública</i> " e " <i>PSP</i> "
07/08/2017	2015	<i>Açoriano Oriental</i>	0	7
		<i>AutoPortal</i>	2	2
		<i>Blastingnews</i>	1	65
		<i>Computerworld Portugal</i>	1	1
		<i>Diário de Notícias</i>	3	26
		<i>Diário@tual</i>	0	4
		<i>EXAME Informática</i>	0	1
		<i>Expresso</i>	0	21
		<i>GoalPoint</i>	0	1
		<i>Guimarães Direto</i>	0	1
		<i>Jornal de Negócios</i>	0	1
		<i>Jornal de Notícias</i>	0	16
		<i>Jornal do Ave</i>	0	1
		<i>Leak</i>	2	0
		<i>LUSA</i>	0	3
		<i>Lusomotores</i>	1	0
		<i>Luxemburger Wort</i>	0	1
		<i>Maia Hoje</i>	0	1
		<i>Mais Futebol</i>	0	2
		<i>Move Notícias</i>	1	1
		<i>Notícias ao Minuto</i>	2	21
		<i>Notícias da Região de Setúbal</i>	0	2
		<i>Notícias de Coimbra</i>	0	25
		<i>O Ribatejo</i>	0	7
		<i>Observador</i>	2	33
		<i>Porto 24</i>	0	13
		<i>Porto Canal</i>	0	10
		<i>PT Jornal</i>	0	5
		<i>Público</i>	1	19
		<i>Razão Automóvel</i>	1	1
		<i>Renascença</i>	2	14
		<i>Rostos.pt</i>	0	2
		<i>RTP Notícias</i>	0	13
		<i>Sábado</i>	0	2
		<i>SAPO Desporto</i>	0	2
		<i>Semanário V (VilaVerde.net)</i>	0	11
		<i>Setúbal na Rede</i>	0	2
		<i>Sul Informação</i>	0	2
		<i>TSF Online</i>	0	4
		<i>TVI 24</i>	4	3
<i>Visão</i>	0	3		
		Totais	23	349

Fonte: GOOGLE - [Em linha], atual. 2017. [Consult. 7 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.google.pt/>.

Anexo PP – Resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social *Facebook* no ano de 2016, segundo as palavras-filtro/expressões exatas utilizadas

OCS na WWW	Conteúdos Noticiosos que contêm as palavras-filtro/expressões exatas " <i>Polícia de Segurança Pública</i> ", " <i>PSP</i> " e " <i>Facebook</i> "	Conteúdos Noticiosos que contêm apenas as palavras-filtro/expressões exatas " <i>Polícia de Segurança Pública</i> " e " <i>PSP</i> "
<i>AbrilAbril</i>	0	3
<i>Açoriano Oriental</i>	0	5
<i>AutoPortal</i>	1	1
<i>Blastingnews</i>	0	115
<i>Bombeiros para Sempre</i>	0	1
<i>Braga TV</i>	0	1
<i>Consultor Jurídico</i>	0	1
<i>Correio da Manhã</i>	2	19
<i>Delas</i>	1	0
<i>Diário Atual</i>	0	5
<i>Diário de Notícias</i>	11	81
<i>Dinheiro Vivo</i>	0	5
<i>Distrito Online</i>	0	1
<i>EBC</i>	0	1
<i>ECO - Economia Online</i>	0	1
<i>Entroncamento Online</i>	0	1
<i>Espinho TV</i>	0	2
<i>EXAME.com</i>	0	1
<i>Expresso</i>	8	30
<i>Future Behind</i>	2	0
<i>Jornal Económico</i>	0	1
<i>Jornal Hardmusica</i>	0	1
<i>Jornal de Negócios</i>	0	5
<i>Jornal de Notícias</i>	7	78
<i>Jornal O Notícias da Trofa</i>	0	1
<i>Jornal Verdadeiro Olhar</i>	0	1
<i>Jornalismo Porto Net</i>	0	5
<i>LUSA</i>	0	3
<i>Luxemburger Wort</i>	0	1
<i>Mais Futebol</i>	0	4
<i>Mensageiro de Bragança</i>	0	1
<i>Move Notícias</i>	2	0
<i>Nit.pt</i>	0	1
<i>Notícias ao Minuto</i>	31	91
<i>Notícias Magazine</i>	3	0
<i>Notícias Vila Real</i>	1	4
<i>O Jogo</i>	0	6
<i>O Mirante</i>	0	4
<i>O Ribatejo</i>	0	3

<i>Observador</i>	16	59
<i>Penacova Atual</i>	0	1
<i>Pokernews</i>	0	1
<i>Pplware</i>	0	1
<i>Porto 24</i>	0	29
<i>Porto Canal</i>	0	25
<i>PT Jornal</i>	9	14
<i>Público</i>	2	12
<i>Rádio Alto Minho</i>	0	2
<i>Rádio Comercial</i>	1	0
<i>Razão Automóvel</i>	0	1
<i>Reconquista</i>	0	1
<i>Record TV Europa</i>	1	0
<i>Rede Angola</i>	0	1
<i>Rede Regional</i>	0	1
<i>Região de Cister</i>	0	1
<i>Renascença</i>	8	31
<i>Revista VIP</i>	2	0
<i>Rostos.pt</i>	0	7
<i>RTP Notícias</i>	3	48
<i>Sábado</i>	3	19
<i>SAPO 24</i>	3	12
<i>SAPO Desporto</i>	0	12
<i>SAPO Tek</i>	3	5
<i>Semanário V (VilaVerde.net)</i>	0	6
<i>Setúbal na Rede</i>	0	4
<i>Shifter</i>	4	0
<i>SIC Notícias</i>	0	2
<i>Sintra Notícias</i>	0	1
<i>SOL</i>	2	0
<i>Sul Informação</i>	0	2
<i>Tomar TV</i>	0	2
<i>TSF Online</i>	2	17
<i>TVI 24</i>	2	0
<i>Universia Portugal</i>	1	0
<i>Visão</i>	3	2
<i>ZAP</i>	4	1
Totais	138	804

Fonte: GOOGLE - [Em linha], atual. 2017. [Consult. 13 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.google.pt/>.

Anexo QQ – Distribuição dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social Facebook no ano de 2015, segundo a respetiva categorização das notícias

OCS na WWW	Categoria das Notícias				Total de Publicações
	Reativa	Preventiva	Generalista	Neutra	
<i>Açoriano Oriental</i>	0	0	0	7	7
<i>AutoPortal</i>	0	2	0	2	4
<i>Blastingnews</i>	0	1	0	65	66
<i>Computerworld Portugal</i>	0	1	0	1	2
<i>Diário de Notícias</i>	0	3	0	26	29
<i>Diário@tual</i>	0	0	0	4	4
<i>EXAME Informática</i>	0	0	0	1	1
<i>Expresso</i>	0	0	0	21	21
<i>GoalPoint</i>	0	0	0	1	1
<i>Guimarães Direto</i>	0	0	0	1	1
<i>Jornal de Negócios</i>	0	0	0	1	1
<i>Jornal de Notícias</i>	0	0	0	16	16
<i>Jornal do Ave</i>	0	0	0	1	1
<i>Leak</i>	0	2	0	0	2
<i>LUSA</i>	0	0	0	3	3
<i>Lusomotores</i>	0	1	0	0	1
<i>Luxemburger Wort</i>	0	0	0	1	1
<i>Maia Hoje</i>	0	0	0	1	1
<i>Mais Futebol</i>	0	0	0	2	2
<i>Move Notícias</i>	0	1	0	1	2
<i>Notícias ao Minuto</i>	0	2	0	21	23
<i>Notícias da Região de Setúbal</i>	0	0	0	2	2
<i>Notícias de Coimbra</i>	0	0	0	25	25
<i>O Ribatejo</i>	0	0	0	7	7
<i>Observador</i>	0	2	0	33	35
<i>Porto 24</i>	0	0	0	13	13
<i>Porto Canal</i>	0	0	0	10	10
<i>PT Jornal</i>	0	0	0	5	5
<i>Público</i>	0	1	0	19	20
<i>Razão Automóvel</i>	0	1	0	1	2
<i>Renascença</i>	0	2	0	14	16
<i>Rostos.pt</i>	0	0	0	2	2
<i>RTP Notícias</i>	0	0	0	13	13
<i>Sábado</i>	0	0	0	2	2
<i>SAPO Desporto</i>	0	0	0	2	2
<i>Semanário V (VilaVerde.net)</i>	0	0	0	11	11
<i>Setúbal na Rede</i>	0	0	0	2	2
<i>Sul Informação</i>	0	0	0	2	2
<i>TSF Online</i>	0	0	0	4	4
<i>TVI 24</i>	1	2	1	3	7
<i>Visão</i>	0	0	0	3	3
Totais	1	21	1	349	372

Fonte: GOOGLE - [Em linha], atual. 2017. [Consult. 7 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.google.pt/>.

Anexo RR – Distribuição dos resultados da pesquisa efetuada à cobertura noticiosa dos OCS de língua portuguesa na WWW sobre a PSP e a sua atividade, produção e partilha de conteúdos na rede social Facebook no ano de 2016, segundo a respetiva categorização das notícias

OCS na WWW	Categoria das Notícias				Total de Publicações
	Reativa	Preventiva	Generalista	Neutra	
<i>AbrilAbril</i>	0	0	0	3	3
<i>Açoriano Oriental</i>	0	0	0	5	5
<i>AutoPortal</i>	0	1	0	1	2
<i>Blastingnews</i>	0	0	0	115	115
<i>Bombeiros para Sempre</i>	0	0	0	1	1
<i>Braga TV</i>	0	0	0	1	1
<i>Consultor Jurídico</i>	0	0	0	1	1
<i>Correio da Manhã</i>	0	0	2	19	21
<i>Delas</i>	0	0	1	0	1
<i>Diário Atual</i>	0	0	0	5	5
<i>Diário de Notícias</i>	0	6	5	81	92
<i>Dinheiro Vivo</i>	0	0	0	5	5
<i>Distrito Online</i>	0	0	0	1	1
<i>EBC</i>	0	0	0	1	1
<i>ECO - Economia Online</i>	0	0	0	1	1
<i>Entroncamento Online</i>	0	0	0	1	1
<i>Espinho TV</i>	0	0	0	2	2
<i>EXAME.com</i>	0	0	0	1	1
<i>Expresso</i>	0	5	3	30	38
<i>Future Behind</i>	0	0	2	0	2
<i>Jornal Económico</i>	0	0	0	1	1
<i>Jornal Hardmusica</i>	0	0	0	1	1
<i>Jornal de Negócios</i>	0	0	0	5	5
<i>Jornal de Notícias</i>	0	4	3	78	85
<i>Jornal O Notícias da Trofa</i>	0	0	0	1	1
<i>Jornal Verdadeiro Olhar</i>	0	0	0	1	1
<i>Jornalismo Porto Net</i>	0	0	0	5	5
<i>LUSA</i>	0	0	0	3	3
<i>Luxemburger Wort</i>	0	0	0	1	1
<i>Mais Futebol</i>	0	0	0	4	4
<i>Mensageiro de Bragança</i>	0	0	0	1	1
<i>Move Notícias</i>	0	0	2	0	2
<i>Nit.pt</i>	0	0	0	1	1
<i>Notícias ao Minuto</i>	6	9	16	91	122
<i>Notícias Magazine</i>	0	0	3	0	3
<i>Notícias Vila Real</i>	0	1	0	4	5
<i>O Jogo</i>	0	0	0	6	6
<i>O Mirante</i>	0	0	0	4	4
<i>O Ribatejo</i>	0	0	0	3	3
<i>Observador</i>	0	6	10	59	75

<i>Penacova Atual</i>	0	0	0	1	1
<i>Pokernews</i>	0	0	0	1	1
<i>Pplware</i>	0	0	0	1	1
<i>Porto 24</i>	0	0	0	29	29
<i>Porto Canal</i>	0	0	0	25	25
<i>PT Jornal</i>	0	2	7	14	23
<i>Público</i>	0	0	2	12	14
<i>Rádio Alto Minho</i>	0	0	0	2	2
<i>Rádio Comercial</i>	0	0	1	0	1
<i>Razão Automóvel</i>	0	0	0	1	1
<i>Reconquista</i>	0	0	0	1	1
<i>Record TV Europa</i>	0	0	1	0	1
<i>Rede Angola</i>	0	0	0	1	1
<i>Rede Regional</i>	0	0	0	1	1
<i>Região de Cister</i>	0	0	0	1	1
<i>Renascença</i>	0	3	5	31	39
<i>Revista VIP</i>	0	0	2	0	2
<i>Rostos.pt</i>	0	0	0	7	7
<i>RTP Notícias</i>	0	3	0	48	51
<i>Sábado</i>	1	0	2	19	22
<i>SAPO 24</i>	0	0	3	12	15
<i>SAPO Desporto</i>	0	0	0	12	12
<i>SAPO Tek</i>	0	3	0	5	8
<i>Semanário V (VilaVerde.net)</i>	0	0	0	6	6
<i>Setúbal na Rede</i>	0	0	0	4	4
<i>Shifter</i>	0	3	1	0	4
<i>SIC Notícias</i>	0	0	0	2	2
<i>Sintra Notícias</i>	0	0	0	1	1
<i>SOL</i>	0	0	2	0	2
<i>Sul Informação</i>	0	0	0	2	2
<i>Tomar TV</i>	0	0	0	2	2
<i>TSF Online</i>	1	1	0	17	19
<i>TVI 24</i>	0	0	2	0	2
<i>Universia Portugal</i>	0	1	0	0	1
<i>Visão</i>	0	0	3	2	5
<i>ZAP</i>	0	3	1	1	5
Totais	8	51	79	804	942

Fonte: GOOGLE - [Em linha], atual. 2017. [Consult. 13 ago. 2017]. Disponível em WWW:<URL:https://www.google.pt/>.

Anexo SS – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*: resultados das respostas à questão “A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet?”

Local	Diariamente/várias vezes ao dia	Dois a três vezes por semana	Uma vez por semana	De 15 em 15 dias	Uma vez por mês ou menos	Nunca	Total
Casa	82,14%	10,71%	2,47%	0,82%	2,20%	1,65%	364
Trabalho	57,42%	13,46%	3,30%	2,20%	3,02%	20,60%	364
Em locais públicos com acesso livre à Internet	32,97%	18,41%	10,71%	3,02%	14,84%	20,05%	364
Outros locais	28,85%	12,64%	8,24%	3,02%	16,48%	30,77%	364
							Total de respostas
							Total de não respostas
							18

Anexo TT – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*: resultados das respostas à questão “Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na *Internet*?”

Dispositivo	Todos os dias e várias vezes ao dia		Todos os dias mas apenas uma ou duas vezes por dia		Várias vezes por semana e várias vezes durante o dia		Mais raramente e quase sempre esporadicamente durante o dia		Nunca utilizo		Total	Observações
Computador (PC)	48,44%	171	17,00%	60	8,22%	29	22,38%	79	3,97%	14	353	
Tablet/iPAD	8,50%	30	5,38%	19	4,53%	16	28,61%	101	52,97%	187	353	
Telemóvel	65,44%	231	9,92%	35	5,38%	19	9,35%	33	9,92%	35	353	
Outro (especifique)											3	SmartTV, Telemóvel e iPAD ao fim de semana.
									Total de respostas		353	
									Total de não respostas		29	

Anexo UU – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*: resultados das respostas à questão “Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?”

Motivos/Importância	Muito importante		Importante		Relativamente importante		Menos importante		Nada importante		Totalmente irrelevante		Total	
	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n		
Sociabilidade (estreitar relações de amizade e/ou fazer novas amizades)	14,16%	49	24,86%	86	31,79%	110	15,61%	54	8,67%	30	4,91%	17	346	
Lazer (jogos, vídeos, música e/ou outros)	7,51%	26	20,52%	71	23,41%	81	22,83%	79	10,40%	36	15,32%	53	346	
Manter-se informado/atualizado em relação aos principais assuntos da atualidade (política, económica, social, desportiva, etc.) no país e no mundo	33,24%	115	40,75%	141	15,90%	55	5,20%	18	2,89%	10	2,02%	7	346	
Promoção pessoal e profissional	9,83%	34	20,52%	71	26,30%	91	16,18%	56	12,43%	43	14,74%	51	346	
Outros motivos	6,65%	23	11,56%	40	25,43%	88	19,36%	67	8,96%	31	28,03%	97	346	
													Total de respostas	346
													Total de não respostas	36

Anexo VV – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*: resultados das respostas à questão “Qual a rede social na *Internet* que utiliza?”

Rede Social	É a que mais uso		Também utilizo mas não é a principal		Muito raramente		Nunca utilizei		Total	Observações
<i>LinkedIn</i>	6,36%	22	25,14%	87	33,53%	116	34,97%	121	346	
<i>Facebook</i>	78,61%	272	14,74%	51	3,47%	12	3,18%	11	346	
<i>Twitter</i>	2,60%	9	9,83%	34	20,81%	72	66,76%	231	346	
<i>Youtube</i>	16,18%	56	47,40%	164	27,17%	94	9,25%	32	346	
<i>Instagram</i>	13,87%	48	23,12%	80	18,79%	65	44,22%	153	346	<i>Pinterest, Whatsapp, Snapchat, Academia.edu, Académico, ResearchGate, Goodreads, Tumblr e Mumsnet</i>
Outro (especifique)									11	
								Total de respostas	346	
								Total de não respostas	36	

Anexo WW – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*: resultados das respostas à questão “*Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?*”

Atividades/Frequência	Todos os dias		Muito frequentemente		Com alguma frequência		De quando em vez		Raramente		Nunca		Total	Observações	
	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n			
Partilha de conteúdos	12,65%	43	18,53%	63	27,35%	93	26,47%	90	12,06%	41	2,94%	10	340		
Interação com outros utilizadores	23,82%	81	21,18%	72	28,24%	96	17,35%	59	6,76%	23	2,65%	9	340		
Jogos	7,35%	25	6,18%	21	10,29%	35	7,06%	24	27,06%	92	42,06%	143	340		
Outro (especifique)													5	Consulta, leitura de conteúdos da atualidade, <i>download</i> de material científico, conhecimento e acesso a notícias e artigos documentados.	
													Total de respostas	340	
													Total de não respostas	42	

Anexo XX – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*: resultados das respostas à questão “*Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?*”

Organizações Públicas	Respostas	
Autoridade Tributária e Aduaneira (AT)	27,88%	92
Polícia de Segurança Pública (PSP)	52,42%	173
Guarda Nacional Republicana (GNR)	23,64%	78
Polícia Judiciária (PJ)	10,91%	36
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF)	6,06%	20
Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE)	10,61%	35
Outro (especifique)	35,15%	116
	Total de respostas	330
	Total de não respostas	52

Respondentes	Data da Resposta	Outro (especifique)
1	May 15 2017 03:47 PM	CICL, Algumas Uniões de freguesias, e camaras municipais
2	May 03 2017 08:43 PM	Não sou utilizador (a) de Redes Sociais!
3	May 03 2017 05:10 PM	nenhum
4	May 03 2017 03:34 PM	não sigo
5	May 03 2017 02:35 PM	Nenhuma
6	May 03 2017 10:45 AM	Instituto de investigação e universidades
7	May 03 2017 01:10 AM	nenhum
8	May 02 2017 05:39 PM	MCTES e algumas Universidades
9	May 02 2017 05:13 PM	nenhuma das acima assinaladas
10	May 02 2017 04:58 PM	nenhuma
11	May 02 2017 04:38 PM	nenhuma
12	May 02 2017 03:56 PM	Nenhuma
13	May 02 2017	Nenhum

	03:54 PM	
14	May 02 2017 03:50 PM	Marinha
15	May 02 2017 03:47 PM	nenhum
16	May 02 2017 03:47 PM	Nenhum
17	May 02 2017 03:46 PM	nenhum
18	May 02 2017 03:45 PM	Nenhum
19	May 02 2017 03:41 PM	Liga portuguesa de defesa dos animais
20	May 02 2017 03:40 PM	junta de freguesia de benfica
21	May 02 2017 03:36 PM	nenhuma
22	May 02 2017 03:36 PM	Nenhum
23	May 02 2017 03:34 PM	Nenhuma
24	May 02 2017 03:33 PM	nenhum
25	May 02 2017 12:34 PM	Marinha, Presidência da República, Assembleia da República
26	May 02 2017 10:35 AM	nenhuma
27	May 01 2017 04:13 PM	nenhum
28	May 01 2017 12:23 PM	banco alimentar
29	Apr 30 2017 02:31 PM	NENHUM
30	Apr 30 2017 02:08 PM	ISEL
31	Apr 30 2017 11:57 AM	Nenhum
32	Apr 29 2017 05:26 PM	Nao sigo nenhuma destas organizações publicas
33	Apr 26 2017 04:12 PM	Autarquia, biblioteca
34	Apr 26 2017 02:40 PM	DGPC, Direcção Geral das Artes, Ministério da Cultura ...
35	Apr 26 2017 02:34 PM	Governo de Portugal
36	Apr 26 2017 01:08 PM	Presidência da República

37	Apr 26 2017 12:20 PM	Governo
38	Apr 26 2017 11:40 AM	Proteção Civil, Junta de Freguesia
39	Apr 25 2017 05:10 PM	Nenhuma
40	Apr 24 2017 09:35 PM	Páginas de Organismos estrangeiros ligados à Segurança e Defesa
41	Apr 24 2017 02:10 PM	Não sigo
42	Apr 24 2017 01:34 PM	Nenhuma
43	Apr 24 2017 11:16 AM	Nenhuma
44	Apr 24 2017 09:59 AM	nenhuma
45	Apr 24 2017 09:38 AM	Marinha
46	Apr 23 2017 09:41 PM	Quercus, Amnistia Internacional
47	Apr 23 2017 09:37 PM	Câmara Municipal de Lisboa e Junta de freguesia de Benfica
48	Apr 23 2017 08:47 PM	Nenhum
49	Apr 23 2017 07:46 PM	UNESP
50	Apr 22 2017 11:13 AM	nenhum
51	Apr 21 2017 02:50 PM	Estabelecimentos de Ensino Universitário: UL; ISCE-IUL
52	Apr 21 2017 11:58 AM	nenhuma
53	Apr 21 2017 10:59 AM	INE
54	Apr 21 2017 09:02 AM	ANA
55	Apr 20 2017 10:26 PM	Nenhuma
56	Apr 20 2017 08:29 AM	nenhuma
57	Apr 20 2017 01:17 AM	nenhuma
58	Apr 20 2017 01:11 AM	Presidência da República
59	Apr 19 2017 05:19 PM	Não sigo nenhum, mas se aparecer um artigo ou alguma referência, abro e leio!
60	Apr 19 2017	nenhum

	03:57 PM	
61	Apr 19 2017 01:24 PM	Nenhum das anteriores
62	Apr 19 2017 12:19 PM	nenhuma
63	Apr 19 2017 10:16 AM	Nenhuma
64	Apr 19 2017 10:09 AM	Nenhuma
65	Apr 19 2017 08:31 AM	Nenhuma
66	Apr 19 2017 03:10 AM	Junta de Freguesia/Camera Municipal
67	Apr 19 2017 02:24 AM	nenhum
68	Apr 19 2017 01:35 AM	Creio que não sigo nenhuma entidade. Só amigos. E já vi alguns posts criativos e engraçados da polícia mas não sigo. Acho que é uma boa aproximação no entanto.
69	Apr 18 2017 11:49 PM	Nenhuma
70	Apr 18 2017 11:32 PM	nenhuma
71	Apr 18 2017 11:30 PM	Nenhuma
72	Apr 18 2017 11:06 PM	Academia Militar
73	Apr 18 2017 10:53 PM	Nenhum
74	Apr 18 2017 10:19 PM	nenhum
75	Apr 18 2017 09:58 PM	Nenhuma
76	Apr 18 2017 09:54 PM	Nenhum
77	Apr 18 2017 09:46 PM	Nenhuma
78	Apr 18 2017 09:40 PM	nenhuma
79	Apr 18 2017 09:33 PM	Nenhuma
80	Apr 18 2017 09:30 PM	nenhum
81	Apr 18 2017 09:24 PM	nenhuma
82	Apr 18 2017 09:24 PM	-

83	Apr 18 2017 09:23 PM	nenhuma
84	Apr 18 2017 06:36 PM	Não sigo estas entidades
85	Apr 18 2017 04:47 PM	Ministério do Mar, Assembleia da República
86	Apr 18 2017 04:16 PM	CEPOL
87	Apr 18 2017 10:47 AM	Nenhuma
88	Apr 18 2017 10:20 AM	Nenhuma
89	Apr 18 2017 08:06 AM	Nenhum
90	Apr 18 2017 07:57 AM	portal do emprego publico
91	Apr 18 2017 06:03 AM	Nenhuma
92	Apr 17 2017 11:26 PM	FCSH/UNL
93	Apr 17 2017 11:06 PM	Nenhum
94	Apr 17 2017 10:43 PM	ADSE
95	Apr 17 2017 10:15 PM	Razoavel
96	Apr 17 2017 09:34 PM	nenhum
97	Apr 17 2017 09:12 PM	Nenhum
98	Apr 17 2017 07:19 PM	Aministia Internacional, I. Proteção e Conservação da Natureza
99	Apr 17 2017 06:28 PM	Marinha. Força Aérea.
100	Apr 17 2017 04:02 PM	nenhuma
101	Apr 17 2017 03:02 PM	nenhuma
102	Apr 17 2017 02:34 PM	nenhum
103	Apr 17 2017 02:14 PM	nenhuma
104	Apr 17 2017 01:38 PM	DGS
105	Apr 17 2017 01:00 PM	Marinha Portuguesa, Força Aérea Portuguesa
106	Apr 17 2017	Raramente

	12:36 PM	
107	Apr 17 2017 12:29 PM	Junta de Freguesia da Penha de França, DGS
108	Apr 17 2017 12:14 PM	INIAV IP
109	Apr 17 2017 10:33 AM	universidades
110	Apr 17 2017 10:30 AM	nenhuma
111	Apr 17 2017 10:26 AM	Nenhum destes
112	Apr 17 2017 10:24 AM	nenhuma
113	Apr 17 2017 10:19 AM	consulado português em Londres
114	Apr 17 2017 10:08 AM	Junta Freguesia, Câmara Municipal Lisboa, Escola
115	Apr 17 2017 09:57 AM	Outras instituições públicas
116	Apr 17 2017 09:45 AM	nenhuma, não acho que existam conteúdos que me interessem

Anexo YY – Questionário a uma amostra não representativa de utilizadores da *Internet*: resultados das respostas à questão “*Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?*”

Avaliação	Respostas	
Excelente	12,04%	39
Muito positiva	27,78%	90
Positiva	31,48%	102
Pouco positiva	2,78%	9
Sem qualquer valor	0,93%	3
Desconheço	25,00%	81
	Total de respostas	324
	Total de não respostas	58

Anexo AAA – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP SI: resultados das respostas à questão “Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na Internet?”

Dispositivo	Todos os dias e várias vezes ao dia		Todos os dias mas apenas uma ou duas vezes por dia		Várias vezes por semana e várias vezes durante o dia		Mais raramente e quase sempre esporadicamente durante o dia		Nunca utilizo		Total
Computador (PC)	24,00%	18	28,00%	21	28,00%	21	20,00%	15	0,00%	0	75
Tablet/iPAD	4,00%	3	1,33%	1	6,67%	5	21,33%	16	66,67%	50	75
Telemóvel	84,00%	63	9,33%	7	1,33%	1	5,33%	4	0,00%	0	75
Outro (especifique)											0
										Total de respostas	75
										Total de não respostas	3

Anexo CCC – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP SI: resultados das respostas à questão “Qual a rede social na Internet que utiliza?”

Rede Social	É a que mais uso		Também utilizo mas não é a principal		Muito raramente		Nunca utilizei		Total	Observações
LinkedIn	0,00%	0	0,00%	0	12,33%	9	87,67%	64	73	
Facebook	82,19%	60	17,81%	13	0,00%	0	0,00%	0	73	
Twitter	1,37%	1	1,37%	1	12,33%	9	84,93%	62	73	
Youtube	19,18%	14	69,86%	51	10,96%	8	0,00%	0	73	
Instagram	28,77%	21	31,51%	23	12,33%	9	27,40%	20	73	
Outro (especifique)									1	Snapchat e Vivino .
							Total de respostas		73	
							Total de não respostas		5	

Anexo DDD – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?”

Atividades	Todos os dias	Muito frequentemente	Com alguma frequência		De quando em vez	Raramente	Nunca		Total	Observações
			Com alguma frequência	De quando em vez			Raramente	Nunca		
Partilha de conteúdos	0,00%	16,44%	12	31,51%	26,03%	16	4,11%	73		
Interação com outros utilizadores	21,92%	49,32%	36	12,33%	13,70%	1	1,37%	73		
Jogos	0,00%	2,74%	2	13,70%	17,81%	23	34,25%	73		
Outro (especificar)								1	Não especificado.	
								Total de respostas	73	
								Total de não respostas	5	

Anexo EEE – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSP: resultados das respostas à questão “Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?”

Organizações	Respostas	
Autoridade Tributária e Aduaneira (AT)	2,78%	2
Polícia de Segurança Pública (PSP)	97,22%	70
Guarda Nacional Republicana (GNR)	41,67%	30
Polícia Judiciária (PJ)	9,72%	7
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF)	5,56%	4
Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE)	2,78%	2
Outro (especifique)	15,28%	11
	Total de respostas	72
	Total de não respostas	6

Respondentes	Data da Resposta	Outro (especifique)
1	May 27 2017 09:39 PM	ISCPSP
2	May 09 2017 12:47 PM	EUROPOL
3	May 05 2017 10:49 PM	Nenhum
4	May 05 2017 08:13 PM	ACT
5	May 03 2017 10:01 PM	NYPD; PM Lisboa; Politie; Policie Nacional; Polizia
6	Apr 24 2017 11:33 AM	Força Aérea Portuguesa; Marinha Portuguesa; ISCPSP; Escola Naval
7	Apr 24 2017 02:28 AM	Diversos a nível mundial, na maior parte das vezes relacionado com serviços e forças de segurança
8	Apr 18 2017 09:32 AM	Marinha Portuguesa
9	Apr 17 2017 08:15 PM	INEM
10	Apr 17 2017 04:54 PM	AMN
11	Apr 17 2017 02:07 PM	New York Police Department

Anexo FFF – Questionário a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP SI: resultados das respostas à questão “*Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?*”

Avaliação	Respostas	
Excelente	33,33%	24
Muito positiva	41,67%	30
Positiva	19,44%	14
Pouco positiva	5,56%	4
Sem qualquer valor	0,00%	0
Desconheço	0,00%	0
	Total de respostas	72
	Total de não respostas	6

APÊNDICES

Apêndice A – Guião de Entrevista



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS POLICIAIS E SEGURANÇA INTERNA

O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública: Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação

Nuno Miguel Cunha dos Santos

Dissertação de Mestrado em Ciências Policiais
Área de especialização em Gestão da Segurança

Orientação científica:

Professor Doutor Paulo Filipe de Sousa Figueiredo Machado
Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna

Lisboa, 2017

Apresentação

A entrevista que se pretende realizar insere-se no âmbito do trabalho de dissertação subordinado ao tema: "*O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública: Uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação*", com vista à obtenção do grau de Mestre em Ciências Policiais, na área de especialização em Gestão da Segurança, pelo Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna (ISCPSI).

O estudo a desenvolver tem como principal objetivo compreender em que medida a presença da Polícia de Segurança Pública (PSP) nas redes sociais da *Internet*, e mais concretamente no *Facebook*, contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e, não menos importante, para exponenciar a qualidade do serviço prestado por esta força policial.

Neste sentido, a realização de entrevistas individuais aos elementos do Gabinete de Imprensa e Relações Públicas (GIRP) da Direção Nacional da PSP, enquanto gestores da página institucional da PSP no *Facebook*, assume-se como uma mais-valia para a concretização dos objetivos propostos no âmbito do trabalho de dissertação em apreço, na medida em que, através da análise de conteúdo dos discursos produzidos no âmbito das mesmas, permitirá efetuar uma avaliação qualitativa que contribua para dar resposta ao problema de investigação em questão, assim como às questões derivadas do mesmo.

Por fim, importa ainda referir que a presente entrevista será feita de forma presencial, apoiada num guião, onde constam as questões a formular.

Grato pela sua colaboração.

Atenciosamente,

Nuno Miguel Cunha dos Santos

Guião de Entrevista

Entrevistado(a):

Cargo/Categoria:

Local:

Data e hora: ___/___/___ às ___ horas:___ minutos

1. No contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, qual considera ser o *medium* que, mais facilmente, contribui para um maior estreitamento das relações de proximidade com o cidadão?

Legenda: No contexto da presente entrevista, a utilização da expressão "*Sociedade em Rede/da Informação*" deve ser entendida como um olhar sobre a Sociedade da Informação e do Conhecimento numa lógica de rede, caracterizada pelo crescente papel económico e social da informação, isto é, focalizado na forma como a informação e o conhecimento se propagam, criam novas estruturas e interagem com as existentes.

2. Em que medida é que a presença da PSP nas plataformas de sociabilidade em linha, habitualmente designadas como redes sociais, contribui para promover a imagem institucional da organização?
3. Considera que a presença da PSP nas redes sociais contribui para potenciar a comunicação com o cidadão e, em última análise, aumentar a proximidade ao mesmo?
 - 3.1. Se respondeu afirmativamente, qual considera ser a rede social com maior potencial para esse efeito?
4. Numa época em que os cidadãos são cada vez mais utilizadores ativos das novas dinâmicas tecnológicas digitais, considera que a presença da PSP nas redes sociais facilita a resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?
5. De que forma a utilização das redes sociais pela PSP pode criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão?
6. A presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais?

Legenda: No âmbito da presente entrevista, por "*desenvolvimento das suas atividades policiais*" queremos referir a atividade proativa por parte da PSP, que, a partir das interações com os cidadãos através das plataformas de sociabilidade na *Internet*, como, por exemplo, a rede social *Facebook*, entre outras, procura antecipar e desenvolver atividades que vão ao encontro das expectativas e necessidades manifestadas pelos cidadãos.
7. Considera que na PSP existe o *know-how* necessário para aproveitar o potencial destas novas formas de relacionamento social através das redes sociais?

- 7.1. É importante investir na formação de especialistas nesta área dentro da PSP?
8. De que modo a PSP pode rentabilizar as novas dinâmicas tecnológicas na transmissão de informação ao cidadão?
 9. Por fim, considera que a presença da PSP na rede social *Facebook* contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma?

Apêndice A.1 – Entrevista 1

Entrevistado(a): Paulo de Jesus Marote Ornelas Flor

Cargo/Categoria: Comandante da 1.^a Divisão Policial do Comando Metropolitano de Lisboa da PSP/Subintendente – *Entre 02/02/2006 e 16/02/2016 exerceu funções no Gabinete de Imprensa e Relações Públicas, onde foi Diretor no período de 2008-2016*

Local: 1.^a Divisão Policial do Comando Metropolitano de Lisboa da PSP, Palácio da Folgosa, Rua da Palma, n.º 169, Lisboa

Data e hora: 27/04/2017 às 11h00m

1. No contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, qual considera ser o *medium* que, mais facilmente, contribui para um maior estreitamento das relações de proximidade com o cidadão?

Legenda: No contexto da presente entrevista, a utilização da expressão “*Sociedade em Rede/da Informação*” deve ser entendida como um olhar sobre a Sociedade da Informação e do Conhecimento numa lógica de rede, caracterizada pelo crescente papel económico e social da informação, isto é, focalizado na forma como a informação e o conhecimento se propagam, criam novas estruturas e interagem com as existentes.

Resposta: *“Vamos tentar aqui perceber uma coisa. De facto, em termos de redes sociais, continuo a achar, e não sou só eu que acho, as estatísticas o comprovam, que o Facebook tem uma taxa de implementação em Portugal muito superior à de qualquer uma das outras redes. É muito mais transversal em termos de gerações, cresce mais do que as restantes redes sociais e tem essa capacidade de aglutinar em si diversas formas de comunicação.*

Se, de facto, estivermos a falar objetivamente da versão eletrónica da proximidade, eu direi e continuarei a defender que o Facebook é claramente a rede em Portugal que responde melhor a essas exigências e a essa proximidade.

Acho é que a versão eletrónica da proximidade nunca pode estar dissociada do contato pessoal e que, por muito benéfica que seja a rede social Facebook, se não existir o compromisso pessoal para além das redes sociais, que passa na versão humana do contato, tudo aquilo que se possa ganhar em termos de marca, de competências e de notoriedade na rede social acaba por se esbater ao vivo e a cores, como se diz na versão mais «tout court» da realidade.

Por isso, continuo a achar que o Facebook é claramente a rede social que melhor contribui para o efeito, estando acima de outras redes sociais, como o Twitter, o Snapchat, o Instagram e outras que vão aparecendo, mas estando também perfeitamente desperto para outras realidades, porque isto das redes sociais é muito volátil."

2. Em que medida é que a presença da PSP nas plataformas de sociabilidade em linha, habitualmente designadas como redes sociais, contribui para promover a imagem institucional da organização?

Resposta: *"Aquilo que em 2009/2010 nos fez criar uma página oficial do Facebook foi, primeiro, estar onde estão as pessoas, e é preciso termos em linha de conta que, hoje em dia, uma pessoa sai de casa e a primeira coisa que faz é olhar para a rede social, vai nos transportes públicos e vem a consumir parte do seu tempo a olhar para um telemóvel a ver o que se passa numa rede social, ao final do dia, quando regressa a casa, faz exatamente o mesmo, à hora do almoço provavelmente também o fará e espaçadamente ao longo do dia também. Isso é comprovado pelos motores de monitorização do Facebook, como o Socialbakers e não só.*

Consegue-se perceber perfeitamente essa realidade e, portanto, na altura percebeu-se que isto era uma mais-valia para a PSP, comunicar também para as pessoas, sendo que as pessoas, grande parte delas, estavam na rede social Facebook: na altura estávamos a falar de cerca de quatro milhões de perfis em Portugal no Facebook, hoje em dia já ultrapassamos claramente esse número, já temos muito mais do que metade da população em termos de perfis no Facebook, e isso claramente vai em linha com aquilo que nós na altura, em 2009, antecipávamos: em primeiro lugar, que era necessário comunicar nesta rede social e, em segundo, criar notoriedade.

Era importante percebermos que a PSP, no âmbito da comunicação, não tem claramente um «budget» alocado à comunicação, ao marketing e à marca institucional, e o Facebook dava-nos essa liberdade de, não vou dizer sem custos, porque há sempre recursos humanos que têm de ser associados à gestão das redes sociais, com um custo muito mais irrisório, alavancar os benefícios que daí adviriam.

E percebemos claramente que o Facebook tinha essa capacidade holística de ser transversal em termos nacionais, de falar para toda a gente, para além das fronteiras portuguesas, de conseguirmos falar quase «tu cá/tu lá», e lembro-me, na altura, de quando fizemos as primeiras comunicações, com uma versão muito mais direta para os jovens, que criou-se ali quase um choque geracional: «até que ponto a PSP poderia comunicar «tu cá/tu lá» numa rede social?» E percebeu-se claramente que isso era exequível e ainda hoje é mais do que aceitável, e já toda a gente percebeu que isso é óbvio. E, de facto, isto foi uma construção que se fez também

para, ao lado desta notoriedade, criar aqui um valor e maximizar o valor de marca da PSP.

O Facebook permitiu-nos, hoje em dia, olhando para trás e percebendo claramente que a PSP gere mais de quinhentas mil pessoas que gostam daquilo que nós publicamos, estar num patamar com outras marcas, não direi concorrentes, mas marcas que são privadas e que querem associar-se à PSP para comunicar. E nós conseguimos garantir isso.

Se, hoje em dia, olharmos para trás e percebermos claramente o caminho que fizemos e aquilo que antecipávamos em 2009, que era querermos construir nas redes sociais uma marca forte, que permita a outras connosco poderem comunicar em uníssonos e chegarmos a outros públicos no âmbito da violência doméstica, da sinistralidade rodoviária ou do Programa «Estou aqui», mais virado para os seniores, mais virado para os jovens, verificamos que chegámos a esse compromisso que era o nosso objetivo: criar uma marca forte, criar uma marca que era notoriamente «fora da caixa», que saía da caixa, que era «out of the box». E conseguiu-se fazer isso, conseguiu-se criar esta necessidade nas próprias pessoas de olharem para a marca PSP como uma mais-valia em termos de comunicação."

3. Considera que a presença da PSP nas redes sociais contribui para potenciar a comunicação com o cidadão e, em última análise, aumentar a proximidade ao mesmo?

Resposta: *"Sim, porque o que nós fizemos no Facebook foi abrir/escancarar a porta da Polícia de Segurança Pública, sem, de facto, convidar as pessoas a entrarem numa esquadra.*

Quer queiramos quer não, o facto de uma pessoa entrar numa esquadra e se deparar com um ambiente, com o qual não está propriamente à vontade, com as fardas, com um determinado enquadramento socio-local, vai constranger, de alguma forma, as pessoas a falarem connosco.

Termos a capacidade de, através da nossa marca, escancarar as nossas portas e permitir às pessoas falarem connosco, e as pessoas terem a perfeita noção de que, ao fazerem-no, têm do lado de cá uma resposta, fez com que percebessem que isso tinha claramente um efeito, uma causa-efeito: percebiam que se tinham um determinado problema para colocar à PSP, em vez de se deslocarem a uma esquadra, podiam fazê-lo através da rede social Facebook, por mensagem para a PSP, e a PSP respondia-lhes, tentava resolver o problema, tentava identificar as causas do problema. Isso para nós foi determinante e acho que continua a ser aquilo que é mais importante em termos de redes sociais."

3.1. Se respondeu afirmativamente, qual considera ser a rede social com maior potencial para esse efeito?

Resposta: *“Se nós, objetivamente, estivermos a falar num conceito de densificar a marca PSP, contribuir para a notoriedade da marca e fazê-la crescer, claramente o Facebook.*

Se estivermos a falar no âmbito de redes abertas, no âmbito da prevenção criminal ou no âmbito de uma melhor e mais célere resposta em termos criminais, provavelmente estaríamos a falar do Twitter em Portugal e em termos transnacionais. Aliás, nos últimos atentados de Boston, de Londres e de Paris percebemos claramente isso. Por exemplo, a dimensão que o Twitter tem para a gestão de incidentes e acidentes graves do ponto de vista local.

Agora, de um ponto de vista de notoriedade e de marca, claramente o Facebook.”

4. Numa época em que os cidadãos são cada vez mais utilizadores ativos das novas dinâmicas tecnológicas digitais, considera que a presença da PSP nas redes sociais facilita a resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?

Resposta: *“O sentimento de segurança é um sentimento subjetivo. Se nós perguntarmos a cinco pessoas o que é a segurança, teremos cinco respostas totalmente diferentes e todas, eventualmente, exequíveis e certas do ponto de vista pessoal de quem as avalia.*

Eu acho que há aqui um contributo inequívoco também para o sentimento subjetivo de segurança.

Aquilo que também nos levou, em 2009, a querermos comunicar foi termos percebido que grande parte dos nossos recursos humanos e materiais, que desenvolviam uma quantidade enorme de ações no terreno, tinham reflexos do ponto de vista operacional, mas não do conhecimento público. É muito mais fácil ser do conhecimento público aquilo que foge à norma e à regra.

Nós temos milhões de interações diárias, e eu não estou a exagerar, entre os polícias e a sociedade em geral (ou porque vêem o carro de patrulha a passar, ou porque vêm pedir à polícia uma determinada informação ou, ainda, por outras variadas situações) e só poucas destas ações que correm bem é que são notícia. E, em 2009, nós percebemos claramente que havia um manancial enorme de boas práticas policiais que eram do desconhecimento público, que não conseguíamos chegar lá, que não conseguíamos transmitir em termos de órgãos de comunicação social esse reflexo operacional, não tínhamos eco, porque, quer queiramos quer não, aquilo que é notícia não é claramente aquilo que é normal, o padrão normal.

De alguma forma, o Facebook ajudou-nos, através de imagens e de recursos que eram relativamente simples de sedimentar dentro da própria corporação, a mostrar à sociedade em geral que, de facto, o envolvimento que nós temos com a comunidade é notório e que o reflexo operacional que

daí advém também é extremamente relevante. Daí que, provavelmente, a versão de grande parte do espólio de textos que foram colocados logo no início da nossa origem nas redes sociais e no Facebook tenha sido, claramente, a mais mediática, centrada na nossa vertente operacional, com o objetivo de dar a conhecer às pessoas aquilo que, operacionalmente, nós desenvolvemos.

Hoje em dia, podemos questionar até que ponto eu dizer que se fazem determinado tipo de operações, com determinado tipo de consequências criminais ("Quem avisa...", detenções, as consequências das detenções que são feitas), pode contribuir para o sentimento subjetivo de segurança, mas percebemos claramente que isso tinha de ser feito, porque estávamos muito dependentes dos órgãos de comunicação social e do seu crivo jornalístico de identificar aquilo que era notícia ou não.

Para nós tudo era notícia, sempre tudo foi notícia, daí que sempre foi importante para Bragança comunicar aquilo que era feito, que em termos nacionais podia ter quase nenhum reflexo, mas que em termos locais, em Bragança, tinha um reflexo enorme, e foi isso que nós claramente percebemos que era necessário fazer, que era necessário talhar esse caminho."

5. De que forma a utilização das redes sociais pela PSP pode criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão?

Resposta: *"Voltamos ao início. Nós temos de estar onde estão as pessoas.*

Se hoje as pessoas têm muito mais facilidade, através de uma rede social, de solicitar um determinado tipo de ajuda, ainda que sejamos sempre os primeiros, e de forma pragmática, a dizer que o 112 são as razões de emergência e que as razões de emergência estarão sempre primeiro do que qualquer outra razão, nós percebemos claramente que as redes sociais também podem potenciar esta forma mais célere de avaliar as situações, de, em termos de protocolo, densificar essas situações e dar uma resposta concreta, e acho que isso vai, inequivocamente, continuar a aproximar as pessoas da PSP, porque as pessoas percebem claramente que independentemente de utilizarem uma rede social, uma mensagem, digamos, da rede Facebook, terão sempre uma resposta, algo que é palpável, um rosto do outro lado que, em nome da PSP, responde objetivamente àquilo que lhe é questionado. Daí que a nossa maior luta, digamos assim, nos últimos anos, tenha sido reforçar esta capacidade de, em tempo e na hora, poder responder às pessoas quando essas questões nos eram colocadas através da rede social."

6. A presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais?

Legenda: No âmbito da presente entrevista, por "*desenvolvimento das suas atividades policiais*" queremos referir a atividade proativa por parte da PSP, que, a partir das

interações com os cidadãos através das plataformas de sociabilidade na *Internet*, como, por exemplo, a rede social *Facebook*, entre outras, procura antecipar e desenvolver atividades que vão ao encontro das expectativas e necessidades manifestadas pelos cidadãos.

Resposta: *“Eu acho que nós temos essa capacidade de perceber a mais-valia que são as redes sociais. Nós, hoje em dia, porque estamos dentro da rede social e somos, através dos nossos perfis e das nossas páginas, utilizadores das redes sociais, temos a perfeita noção daquilo que é o comum do dia-a-dia.*

Aquilo que hoje é uma pergunta que pode estar na berra nas redes sociais, amanhã deixa de o ser e de estar, e se calhar faz sentido que hoje, por estar na berra ou porque há uma determinada dúvida que é latente e que começa por ser de uma minoria ruidosa, mas que evolui e cresce claramente acima dessa minoria, tenhamos a consciência e a capacidade de monitorizar aquilo que se está a passar na rede social e através de uma forma oficial identificar aquilo que possa ser a resposta oficial.

As pessoas conseguem perceber claramente a mais-valia que isso tem. E dou um exemplo paradigmático disso: houve uma altura da nossa vida em que vários pais, várias pessoas e diversas instituições questionavam qual é que era a forma de transportar crianças no carro: se podiam transportar no banco da frente e, se sim, a partir de que idade, com que altura; ou no banco de trás, com que tipo de cadeiras e quais as classes associadas a essas cadeiras. Percebendo claramente que haviam estas dúvidas inerentes à colocação de crianças no interior dos carros, criámos uma infografia que, de alguma forma, veio ao encontro daquilo que eram as pretensões das pessoas, numa perspetiva de explicar e esclarecer, e isto tem um efeito muito importante na vida das pessoas.

O mesmo aconteceu com a forma de circular nas rotundas e com as bicicletas, quais foram as alterações que se produziram, e isto é, de alguma forma, aquilo que as pessoas esperam da presença na rede social: «eu não posso estar na rede social e ser apenas, e exclusivamente, alguém que segue.» Eu tenho sempre uma característica humana que é: «eu sigo, porque também vou obter dali qualquer coisa», e esse obter qualquer coisa nasceu, por exemplo, em 2012, quando se decidiu, no final do ano, colocar os radares da PSP – foi uma decisão concertada, amadurecida e avaliada, motivada pela necessidade óbvia da prevenção da sinistralidade rodoviária – e lembro-me perfeitamente que isso teve um «boom» enorme.

Se calhar, arrisco-me a dizer que o nosso maior crescimento nas redes sociais deu-se quando nós começámos a publicar os radares de velocidade em termos nacionais, porque as pessoas claramente perceberam: «ok, eu sigo a PSP, tenho noção daquilo que, de um ponto de vista profissional, é feito pela Polícia de Segurança Pública, mas, acima de tudo, também tenho o retorno, que é poder saber antecipadamente onde é que estão os radares, é poder associar aqui um conjunto de medidas de prevenção, na forma como devo prevenir os assaltos da minha casa ou do meu carro, ou na forma de conduzir nas autoestradas».

E tudo isto tem reflexos positivos, e é dessa forma que se vai construindo esta ligação ambivalente entre a polícia e o cidadão, em que um e outro contribuem objetivamente para o crescimento da rede social em si e para essa proatividade da PSP no desenvolvimento das suas atividades."

7. Considera que na PSP existe o *know-how* necessário para aproveitar o potencial destas novas formas de relacionamento social através das redes sociais?

Resposta:

"Ainda a semana passada, a convite da Randstad, estive num evento privado, onde se falava das maiores marcas em termos nacionais para trabalhar, e em que a PSP foi convidada a falar exatamente por esta capacidade que veio a demonstrar nos últimos anos de, através das redes sociais e não só, tornar-se uma organização moderna, que comunica de forma «out of the box», conseguindo adaptar-se às novas tendências e criar aqui uma notoriedade extremamente importante, culminando naquilo que talvez seja uma das nossas maiores bandeiras: percebermos claramente que conseguimos trilhar esse caminho desde 2009 até hoje.

Olhando objetivamente aos recursos humanos, para nós é um orgulho perceber que estamos onde estamos, e mais concretamente nas redes sociais, exclusivamente com polícias. E é um orgulho, porque, efetivamente, percebeu-se que é muito mais fácil crescer se conseguirmos valorizar, formar e adaptar aquela que é a nossa massa, digamos, em termos de recursos humanos, os nossos colaboradores, e fazer deles alguém que pode capitalizar a nossa marca.

Lembro-me que, a determinado momento, quando estávamos a fazer uma avaliação objetiva da dimensão das redes sociais, e nomeadamente do Facebook, na PSP e da necessidade que tínhamos de sermos cada vez mais céleres a responder, mais objetivos na resposta, mais «out of the box» na forma como comunicávamos, fazendo «posts» arrojados sem pôr em causa a própria imagem de marca e os 150 anos de história da PSP, que se percebeu claramente que era importante dar um passo em frente, tendo sido identificada a necessidade de encontrar recursos humanos que fossem ao encontro dessas necessidades. E percebeu-se que a própria Polícia de Segurança Pública tem licenciados em marketing e em comunicação, entre outras áreas, que nos permitiam dar essa resposta, e que essas pessoas estavam dispostas a prescindirem de duzentos ou trezentos euros, o que no ordenado de um polícia é, de facto, uma percentagem enorme, porque olharam para a instituição e perceberam que ela os valorizava em termos de recursos humanos, com uma determinada formação académica, independentemente de serem polícias, o que contribuiu para alavancar ainda mais essa capacidade da instituição de, com os recursos humanos que tem, dar o salto e continuar a crescer em termos de redes sociais.

E acho, francamente, que o caminho tem de ser por aí: perceber quem é que são os recursos humanos que temos cá dentro e que tipo de

formação acadêmica trazem, e lançar-lhes o convite para virem estar ao nosso lado nos gabinetes que fazem a gestão deste tipo de redes sociais, porque temos todos a ganhar. As pessoas que têm formação acadêmica sentem-se valorizadas por estarem ali a fazer um trabalho onde se sentem bem, onde se sentem em casa. A própria instituição acaba por ter os louros dessa afetação de recursos nesses locais, porque a rede social, a marca e a notoriedade acabam por crescer invariavelmente."

7.1. É importante investir na formação de especialistas nesta área dentro da PSP?

Resposta: *"É cada vez mais relevante. O caminho é a especialização.*

Hoje, mais do que nunca, se calhar mais do que há dez ou vinte anos, nós tendemos para a especialização, especializamo-nos na violência doméstica, nas informações desportivas, nas operações especiais e em muitas outras coisas.

Temos de ter a noção e a capacidade de perceber que se queremos ter uma presença cada vez mais forte e cimentada nas redes sociais, isso vai exigir uma formação específica, porque as redes sociais são voláteis, todos os dias crescem e mudam, o próprio Facebook de tempo em tempo faz alterações que são importantes que as pessoas conheçam e valorizem, e que tenham a consciência de que vão acontecer e de que forma é que a instituição se poderá adaptar a essas novas realidades e tendências."

8. De que modo a PSP pode rentabilizar as novas dinâmicas tecnológicas na transmissão de informação ao cidadão?

Resposta: *"Eu acho que, cada vez mais, tendo em conta as duas últimas premissas, é necessário olhar para os recursos humanos certos, especializar esses recursos humanos e, com essas duas vertentes, saber que a informação e a mensagem que estamos a fazer passar é exatamente aquela que queremos passar para o conjunto de pessoas com quem estamos a lidar diretamente. Se conseguirmos conciliar os dois primeiros vetores com a mensagem, estaremos claramente num caminho de sucesso e crescimento."*

9. Por fim, considera que a presença da PSP na rede social *Facebook* contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma?

Resposta: *"Literalmente, sim. E acho que é importante dar aqui, nesta última pergunta, aquilo que, para mim, é determinante.*

O Facebook, olhando para questão que levou Zuckerberg a criar esta rede social, é, traduzindo um bocadinho à letra, o livro das caras, e esta é,

claramente, a parte mais humana que deve estar sempre subjacente à rede social.

Mais do que falarmos de uma marca ou de um conjunto de atividades operacionais, é determinante que a polícia se humanize cada vez mais e que o empenho que praticou em determinado tipo de envolvimento operacional, com reflexos inequívocos para a imagem da PSP, apareça nas redes sociais, como o Agente António e não como alguém da polícia, que pode ser qualquer um dos vinte e dois mil.

Hoje em dia, em que falamos tanto no mundo empresarial e no mundo das marcas, em que há esta ânsia tão grande de humanizar a marca, dizer que a marca Coca-Cola é muito mais do que refrigerantes, dizer que a MacDonalds é muito mais do que hambúrgueres ou dizer que o Ikea é muito mais do que mobília, é dizer que estas marcas têm um fator humano que é determinante, sem o qual a própria marca não tem sucesso.

O capital humano é crítico para o sucesso das organizações e, nessa medida, o Facebook veio também trazer um fator humano, veio humanizar os agentes, os chefes e os oficiais da Polícia de Segurança Pública. Se nós conseguirmos continuar a humanizar os nossos recursos humanos e a humanizar a marca, tenho a perfeita noção que essa construção do sentimento subjetivo de segurança será cada vez mais forte, tendo tendência e capacidade para crescer ainda muito mais do que aquilo que se tem visto."

Apêndice A.2 – Entrevista 2

Entrevistado(a): João Humberto Vieira Moura

Cargo/Categoria: Subcomissário/GIRP

Local: Gabinete de Imprensa e Relações Públicas na Direção Nacional da PSP,
Largo da Penha de França, n.º 1, Lisboa

Data e hora: 28/04/2017 às 15h45m

1. No contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, qual considera ser o *medium* que, mais facilmente, contribui para um maior estreitamento das relações de proximidade com o cidadão?

Legenda: No contexto da presente entrevista, a utilização da expressão “*Sociedade em Rede/da Informação*” deve ser entendida como um olhar sobre a Sociedade da Informação e do Conhecimento numa lógica de rede, caracterizada pelo crescente papel económico e social da informação, isto é, focalizado na forma como a informação e o conhecimento se propagam, criam novas estruturas e interagem com as existentes.

Resposta: “*Em termos de media, em Portugal a televisão continua a ser o «leitmotiv», principalmente para «targets» de adultos, terceira e quarta idade. No entanto, o Facebook em Portugal tem uma forte implementação, como se encontra em poucos países da Europa, pelo que pensamos que este balanço entre estarmos presentes no órgão de comunicação social generalista televisão e no Facebook, pelo menos naquele «target» adultos, terceira e quarta idade, e um pouco naquela franja jovem, diria até aos 16/17 anos de idade, porque antes disso creio que os jovens já não ligam à televisão, nos permite cobrir umas boas faixas etárias. Isto, porque nós, em termos de segurança, se fossemos encarados como uma marca, teríamos de chegar a todas as idades, desde o berço até à quarta idade.*”

2. Em que medida é que a presença da PSP nas plataformas de sociabilidade em linha, habitualmente designadas como redes sociais, contribui para promover a imagem institucional da organização?

Resposta: “*Em várias dimensões. A primeira que fazemos no Facebook é, como nós aqui dizemos, criar um Facebook de proximidade, ou seja, dar continuidade àquilo que é a estratégia adotada no terreno, que é o policiamento de proximidade. Este, inspirado, como refere o Intendente Palma, nos modelos de policiamento comunitário desenvolvidos pelo político*

britânico Sir Robert Peel, que são hoje adotados por todos os países na Europa, é o primeiro dos quatro pilares da PSP, surgindo muito antes das informações, da investigação criminal e da repressão.

Portanto, proximidade, «engagement» e prevenção, que se faz no terreno, com a «Escola Segura», o «Comércio em Segurança» e o «Apoio 65» a idosos, e na rede digital, tentando transportar esses princípios, através de «posts» altamente diversificados, que vão para além daquela que é a informação institucional, que, a curto/médio prazo, acaba por ser muito repetitiva, como acontece com os resultados operacionais, questões de cortes de trânsito, eventos, conselhos de segurança, entre outros, que apesar da sua utilidade, são um pouco monocórdicos.

Na nossa perspetiva, o que nos tem levado para quinhentos e setenta e quatro mil seguidores são «posts» um pouco mais criativos, tendo em conta os «trending topics» do momento, que assim que se podem ligar, de alguma forma, aos nossos valores, e que nós adaptamos com criatividade, sendo isso que, acreditamos, nos tem levado a ter quase seiscentos mil seguidores. Portanto, no fundo falamos de um processo de constante inovação e flexibilidade."

3. Considera que a presença da PSP nas redes sociais contribui para potenciar a comunicação com o cidadão e, em última análise, aumentar a proximidade ao mesmo?

Resposta: *"Sim, sem dúvida. Não só naquela que é a resposta aos comentários a cada «post», como também a nível das muitas mensagens privadas que recebemos diariamente no Facebook. Aliás, há processos de investigação que são iniciados por mensagens enviadas através do Facebook, em que os elementos do GIRP reencaminham as mesmas para os respetivos departamentos, consoante se tratem de assuntos ligados a armas, ao trânsito ou outros.*

Essa interatividade, pergunta-resposta, mesmo a nível dos comentários e respostas às mensagens privadas, são elementos que criam uma grande interação e proximidade, assim como esclarecimento oficial, ao mesmo tempo que promovem essa proximidade e criatividade, estimulando também o Facebook como aquela que é uma fonte oficial da instituição, que sem ter uma estrutura de media montada, como um estúdio ou uma sala de conferência de imprensa, acaba por esbater essa necessidade, assumindo a função de estimular um órgão de informação e comunicação oficial da instituição."

3.1. Se respondeu afirmativamente, qual considera ser a rede social com maior potencial para esse efeito?

Resposta: *"O Facebook e, crescentemente, o Instagram. Penso que esse é o caminho.*

Se quisermos inovar e até fazer diferente de outra Força de Segurança, é realmente irmos para o Snapchat, que é direcionado para «targets» ainda mais jovens. Isto porque é preciso ter em conta a questão da autenticidade do utilizador. Há estudos que nos dizem que os jovens, até aos 18/19 anos, não são tão autênticos no Facebook, porque está lá a mãe, a tia e o avô, o que os leva a evitarem muito aquilo que são os seus medos e anseios no Facebook, pelo que só são realmente eles próprios e genuínos no Snapchat ou no Instagram.

Outro dado importante a reter é que 65% a 67% das pessoas que acedem ao nosso Facebook, fazem-no através do «mobile», o que demonstra a sua grande implementação.

Assim, sendo o Instagram e o Snapchat redes que nasceram no mobile, penso que a aposta é irmos para essas plataformas. Contudo, os dados indicam que em Portugal o Facebook continua a ser «a» rede. O Twitter é mais direcionado para públicos de jornalistas e políticos, o Facebook é a rede generalista e o Instagram e o Snapchat são as redes mais viradas para jovens, devendo ser essa a aposta de futuro."

- 4. Numa época em que os cidadãos são cada vez mais utilizadores ativos das novas dinâmicas tecnológicas digitais, considera que a presença da PSP nas redes sociais facilita a resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?**

Resposta: *"Sim, penso que sim. No atual paradigma de terrorismo, fizemos, recentemente, no nosso Facebook, uma referência à London Metropolitan Police, com ligação para o seu Facebook, numa mensagem de pesar e homenagem ao polícia que faleceu no atentado em Westminster. Esta mensagem visou não só dar resposta a uma necessidade da opinião pública em ter, de facto, uma plataforma oficial de esclarecimento, pela importância do tema, da Força de Segurança do seu país, mas também responder a muitas outras questões que assaltam o imaginário da opinião pública, como acontece, por exemplo, com o recente «Desafio da Baleia Azul», que nos chega do Brasil e que tem contribuído para que sejamos inundados de mensagens e pedidos de pessoas para nós esclarecermos esses fenómenos sociais.*

Hoje em dia, penso que toda a gente concordará que as fronteiras entre o mundo digital e o mundo real estão cada vez mais esbatidas, razão pela qual, no sentido de esclarecer e de estarmos presentes nessa proximidade, se torna importantíssima a nossa presença."

- 5. De que forma a utilização das redes sociais pela PSP pode criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão?**

Resposta: "Normalmente, no Facebook, pela via do esclarecimento, porque o que acontece muitas vezes é chegarem-nos inúmeras dúvidas, perguntas e anseios no âmbito rodoviário, das armas e da segurança privada, entre outros, que nós reencaminhamos para os respetivos departamentos.

Agora, no âmbito do desenvolvimento de um processo-crime, embora este se possa, de facto, iniciar com uma mensagem no Facebook, terá sempre de ser atestado posteriormente por uma pessoa, numa esquadra, com dados.

Mas a utilização das redes sociais também nos dá aqui outro vetor importante, que é auscultar a sociedade, através da análise das mensagens e das dúvidas que nos chegam, permitindo-nos adaptar conteúdos, através de «content marketing», tendo em conta os textos «ipsis verbis» que nos chegam: se há centenas de pessoas a perguntarem-nos sobre um determinado tema, nós fazemos o «post».

No que toca à prestação de serviços, temos um «site» com uma plataforma indicada, entre outros, para o Departamento de Armas e Explosivos e para a Segurança Privada. O que é possível esclarecer através da rede, nós esclarecemos, e o que não é possível esclarecer ou implica informações adicionais, encaminhamos para os contatos das pessoas certas.

Enquanto marca institucional, somos uma verdadeira prestadora de serviços. Para além de prestarmos um serviço público de segurança, prestamos muitos outros subserviços específicos, como, neste caso, a segurança privada e as armas, que são máquinas administrativas muito grandes dentro da instituição."

6. A presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais?

Legenda: No âmbito da presente entrevista, por "desenvolvimento das suas atividades policiais" queremos referir a atividade proativa por parte da PSP, que, a partir das interações com os cidadãos através das plataformas de sociabilidade na *Internet*, como, por exemplo, a rede social *Facebook*, entre outras, procura antecipar e desenvolver atividades que vão ao encontro das expectativas e necessidades manifestadas pelos cidadãos.

Resposta: "Também. Não só na questão de esclarecer e reencaminhar as mensagens para os departamentos certos, mas também para promover outras atividades, tais como seminários internacionais abertos à sociedade civil no ISCPSP e workshops sobre armas, entre outros. Vamos ter a Segurex na FIL e faremos um «post» a convidar a sociedade civil a vir ter connosco fisicamente a esse evento. Enfim, abre-se aqui um leque de oportunidades para estimular aquilo que são os nossos eventos internos, assim como os eventos em que participamos em colaboração com outras Forças e Serviços de Segurança.

Hoje em dia, mais numa vertente de humanização da força policial, temos tido muitos conteúdos virais através do vídeo ou da imagem criativa, onde são tidos em conta os «trending topics» do momento: por exemplo, se, em 2016, o conteúdo mais comentado no mundo inteiro é «Star Wars»,

nós, força policial, podemos brincar um pouco com isso. Há aqui um espaço para criatividade, porque isso pode criar depois um elo emocional entre o utilizador e a página, nem que seja um sorriso, para nós isso já é positivo. É óbvio que se tiver um conselho ou uma mensagem de segurança embutida será melhor, mas tentamos, de facto, com o humor, que é uma grande arma nossa, estimular esse elo emocional entre a página e o utilizador."

7. Considera que na PSP existe o *know-how* necessário para aproveitar o potencial destas novas formas de relacionamento social através das redes sociais?

Resposta: *"Não, penso que não. Estamos a 30% do que poderia ser. Temos Youtube, Facebook e Twitter. No entanto, aquilo que é a produção audiovisual, a criação de conteúdos, alimentar o Instagram e o Snapchat, e inovar, não está na sua máxima potencialidade. Há outra rede muito em voga nos jovens, que é o Musical.ly, e nós temos uma banda sinfónica, através da qual poderíamos ter grandes exercícios de criatividade, mas isso exige pessoas dedicadas exclusivamente a isso.*

Toda a formação é bem-vinda, isto é muito rápido e evolui de forma muito rápida. O Vine, que era uma plataforma de vídeos muito conhecida, desapareceu há um ano e era a plataforma mais usada. Portanto, isto evolui tudo muito rapidamente.

O know-how existe pelas idades muito heterogéneas aqui no Gabinete e está cá. Agora haveria vantagem em reforçar a equipa para ter pessoas exclusivamente dedicadas a determinadas áreas, porque aqui o que nós fazemos é, como acontece numa banda, tocar um pouco de todos os instrumentos, não havendo por isso uma grande especialização em instrumentos específicos. Penso que haveria grande vantagem nesse domínio."

7.1. É importante investir na formação de especialistas nesta área dentro da PSP?

Resposta: *"Sim. Pode haver a hipótese de termos aconselhamento de especialistas externos, mas o que acontece é que eles não têm a cultura da instituição. Por isso, o melhor de dois mundos seria adaptarmos, a nível daquilo que é a estratégia de comunicação e da presença nas diferentes redes, os conselhos de quem está cá a trabalhar intensamente e diariamente com a visão de um conselheiro externo.*

Hoje em dia, a máquina informacional está saturada, há um excesso de informação, existe o fenómeno das «fake news», que também atua um pouco contra nós. Daí que temos também a possibilidade de termos o Facebook como rede oficial, estimulando-a para desmistificar e ter aqui alguma lucidez oficial, que parta de nós, no meio desta amálgama de saturação informativa e de sensacionalismo também."

8. De que modo a PSP pode rentabilizar as novas dinâmicas tecnológicas na transmissão de informação ao cidadão?

Resposta: *“Por essa forma, estimulando aquilo que são as fontes oficiais, esclarecendo, fazendo uma auscultação daquilo que são os boatos, que muitas vezes os jornalistas noticiam sem ter a certeza (a questão da ética jornalística é, hoje em dia, uma utopia), e utilizando as tecnologias de informação para trabalhar a nosso favor e equilibrarmos a balança.*

E digo isto porque a balança está desequilibrada por duas razões: a primeira, porque a PSP, enquanto Força de Segurança, promove diariamente muitas interações negativas com o cidadão (fiscalizações de trânsito e nos mais diversos domínios), que não são cor-de-rosa, podendo gerar interação negativa na sociedade civil (somos quem vai pedir a conta por pagar, quem vai fiscalizar), o que não joga muito a nosso favor em termos de imagem.

Por outro lado, equilibrar um pouco aquilo que é o sensacionalismo jornalístico, ainda hoje é repetida vezes sem conta a imagem de um elemento policial a dar uma bastonada num jogo de futebol Guimarães-Benfica, mas a imagem do polícia que salva a vida de uma pessoa não é notícia e não é repetida até à exaustão, e as tecnologias de informação e de comunicação podem ajudar-nos a equilibrar este desequilíbrio imagético, quanto mais não seja, a equilibrar a balança factual, dizendo às pessoas aquilo que fazemos de bem, que é muito mais do que as situações negativas de carácter pontual, por sua vez muito mais noticiadas pelos órgãos de comunicação social.”

9. Por fim, considera que a presença da PSP na rede social *Facebook* contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma?

Resposta: *“Sim, definitivamente. Penso que é uma aposta ganha. Não só naquilo que é a comunicação interna, porque, por exemplo, nós lançámos um desafio de colocar o país na nossa página e os agentes enviam-nos as fotografias de Cascais, da Madeira, do Algarve... E isso serviu para promover a comunicação interna, mas também para a vertente de comunicação externa, contribuindo, por um lado, para melhorar a imagem e o sentimento de pertença dos nossos trabalhadores para com a instituição e, por outro, para melhorar a imagem externa da PSP: «Portugal Seguro», descentralização, a PSP presente em vários cenários icónicos do país.*

Outro ganho muito positivo, nomeadamente para equilibrar a tal balança que, na minha perspectiva, é negativa, foi divulgarmos as notícias orgânicas, ou seja, hoje em dia, um «post» no Facebook da polícia, se é bem conseguido, vai gerar notícias orgânicas, não só nos órgãos de comunicação social generalistas (atualmente, qualquer canal de televisão, jornal ou rádio, tem um «site» e uma página de Facebook), mas também

naqueles «players» do marketing em Portugal, como a revista Marketeer, a Briefing ou a Major Publicidade. Isto para nós é valor, porque para além de sermos a notícia, de forma positiva, nesses órgãos de comunicação social, dá-nos a possibilidade de sermos citados e de termos reputação e prestígio junto destes meios mais específicos da publicidade e do marketing institucional.

Para nós há aqui um grande valor, hoje em dia uma instituição ou uma marca depende muito da perceção que têm de si. Podemos trabalhar para sermos a melhor polícia do mundo e conseguirmos os melhores resultados operacionais, mas se não vendermos isso bem, se não passamos essa informação de forma criativa, as pessoas não vão pegar nela, pelo que se o conseguirmos fazer há amplos ganhos em todos os sentidos: na comunicação externa e na comunicação interna, na opinião pública, naquilo que é a perceção positiva de uma instituição e no chamado Marketing 3.0, que entra um pouco na responsabilidade social, permitindo ao cidadão comum que, quando veja a logomarca da PSP, oiça a sigla ou veja uma notícia da Polícia de Segurança Pública, tenha uma imagem positiva da organização logo nos primeiros segundos, sendo aí que saberemos que estamos a trabalhar bem."

Apêndice A.3 – Entrevista 3

Entrevistado(a): Hugo Alexandre de Jesus Palma

Cargo/Categoria: Diretor do Gabinete de Imprensa e Relações Públicas (desde fevereiro de 2016)/Intendente

Local: Gabinete de Imprensa e Relações Públicas na Direção Nacional da PSP, Largo da Penha de França, n.º 1, Lisboa

Data e hora: 05/06/2017 às 14h00m

1. No contexto da atual Sociedade em Rede/da Informação, qual considera ser o *medium* que, mais facilmente, contribui para um maior estreitamento das relações de proximidade com o cidadão?

Legenda: No contexto da presente entrevista, a utilização da expressão “*Sociedade em Rede/da Informação*” deve ser entendida como um olhar sobre a Sociedade da Informação e do Conhecimento numa lógica de rede, caracterizada pelo crescente papel económico e social da informação, isto é, focalizado na forma como a informação e o conhecimento se propagam, criam novas estruturas e interagem com as existentes.

Resposta: “*Atualmente, o Facebook surge-nos, para já, como o grande meio que consegue dar resposta a esse desiderato. Isto porquê? Pela sua grande implementação a nível nacional, sendo a rede social com mais pessoas a utilizar, estando muito longe das que estão abaixo: o YouTube, que tem características muito específicas e que não nos permite o tipo de comunicação que nós fazemos, o Instagram, o Twitter e outras. Esta rede, pela abrangência que tem e pela versatilidade que apresenta em termos de comunicação, tem sido a nossa aposta e parece-me ter sido a melhor por essa questão da abrangência.*”

2. Em que medida é que a presença da PSP nas plataformas de sociabilidade em linha, habitualmente designadas como redes sociais, contribui para promover a imagem institucional da organização?

Resposta: “*É um pouco a lógica da proximidade e do que estava por detrás do policiamento de proximidade. O policiamento de proximidade, quando surge nos anos 1990, embora se tenha inspirado no modelo francês de «Police de Proximité», tinha também muito daquilo que era o «Community Policing», ou seja, o policiamento de proximidade é estar na comunidade, fazer parte da comunidade, e estas redes não são mais do que gigantescas*

comunidades em que para nós comunicarmos precisamos que quem lá está nos sintam como parte. Nós não podemos estar no Facebook, que é a rede com que mais trabalhamos, numa simples lógica de publicidade e de demonstrar o que fazemos, mas sim numa lógica de interação, de partilhar momentos bons, de partilhar momentos maus, de partilhar emoções, de partilhar risos, de estar dentro daquilo que são as modas e os «trends» da «net». Só desta maneira é que nós conseguimos, de facto, comunicar e, se o fizermos, e acredito que estamos neste momento a fazê-lo, estaremos a fazer um grande trabalho no que toca à imagem da instituição, àquilo que é uma construção de marca, a construir uma instituição em que as pessoas acreditem, em que as pessoas, quando confrontadas com o aspeto negativo que surge no dia-a-dia, não tomem a floresta pela árvore. No fundo, trata-se de criar aqui um conjunto de pré-disposições positivas para com a instituição e esse é o grande desafio."

3. Considera que a presença da PSP nas redes sociais contribui para potenciar a comunicação com o cidadão e, em última análise, aumentar a proximidade ao mesmo?

Resposta: *"Sim, claramente. É aquilo que eu já disse, é nas redes que se tem de estar. As redes permitem-nos comunicação sem filtro. Enquanto nos media tradicionais nós andamos ali a disputar tempo, nas redes sociais nós criamo-lo."*

3.1. Se respondeu afirmativamente, qual considera ser a rede social com maior potencial para esse efeito?

Resposta: *"Claramente o Facebook. Atendendo às estatísticas, é o Facebook, embora, neste momento, eu veja potencialidades, quer no Instagram, que, espero eu, seja uma aposta para breve, quer no Twitter, porque estamos a falar de públicos um pouco diferentes: o Instagram para um público mais jovem, onde já percebemos que temos alguma capacidade de penetração, e o Twitter mais direcionado para um público composto por decisores, políticos e jornalistas, os chamados «stakeholders» de peso. Portanto, são três níveis de comunicação, uma mais generalista, uma mais orientada para os grandes «stakeholders» que controlam a opinião pública e uma mais virada para um público mais jovem, que passará pelo Instagram."*

4. Numa época em que os cidadãos são cada vez mais utilizadores ativos das novas dinâmicas tecnológicas digitais, considera que a presença da PSP nas redes sociais facilita a resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?

Resposta: *“Sim, embora o sentimento de segurança seja subjetivo, há mensagens importantes e nós devemos, até porque temos a noção da dimensão do alcance que teve determinada publicação, olhar para o seu aspeto preventivo, que tem funcionado muito bem. Recordo-me de um exemplo, a «carta por pontos», em que nós conseguimos através de um «post» com um visual atrativo, numa espécie de experiência-piloto, lançando inicialmente o texto tal e qual como tinha vindo do IMT e depois pegando nesse mesmo conteúdo e aplicando-lhe todo um novo visual mais apelativo e identificativo, partilhá-lo com cinco ou dez vezes mais interação no Facebook, o que deixa patente essa componente preventiva desta rede social.”*

5. De que forma a utilização das redes sociais pela PSP pode criar ou fomentar novas formas de relacionamento e de prestação de serviço policial ao cidadão?

Resposta: *“Bom, para já, está a fazê-lo. E porquê? Porque há uma outra componente não tão visível no Facebook e que tem a ver com as mensagens, que, hoje, estão a funcionar como uma espécie de «front office», de balcão de atendimento, porque as pessoas em vez de irem a uma esquadra ou utilizarem a queixa «online», estão a fazer denúncias e reclamações através de mensagens no Facebook, às quais tentamos responder, tentando que todas as pessoas fiquem com respostas. Agora, esse é, de facto, o grande desafio, ao abrirmos o Facebook, onde temos cada vez mais seguidores, criámos aqui um balcão de atendimento extraordinário e enorme que dá muito trabalho a manter.”*

6. A presença e o relacionamento da PSP nas redes sociais pode estimular o desenvolvimento das suas atividades policiais?

Legenda: No âmbito da presente entrevista, por “*desenvolvimento das suas atividades policiais*” queremos referir a atividade proativa por parte da PSP, que, a partir das interações com os cidadãos através das plataformas de sociabilidade na *Internet*, como, por exemplo, a rede social *Facebook*, entre outras, procura antecipar e desenvolver atividades que vão ao encontro das expetativas e necessidades manifestadas pelos cidadãos.

Resposta: *“Essa seria a minha esperança enquanto responsável de comunicação, isto evoluir um pouco no sentido do que está a ser a experiência inglesa, em que o «Digital Policing» é uma coisa perfeitamente assumida, em que nós ultrapassamos a mera lógica de comunicação para uma lógica de serviço digital, patrulhamento «online». Os Estados Unidos da América e a Inglaterra foram claramente os primeiros: no caso dos Estados Unidos da América, muito devido à sua grande departamentalização, em que algumas polícias têm e outras não, e na Inglaterra como resultado de uma estratégia comum assumida pela «Associação de Chefes de Polícia», fazendo com que hoje, em maior ou em menor grau, todas as polícias*

tenham um gabinete, núcleo ou departamento ligado ao «Digital Policing». Esse é o futuro, assim o espero."

7. Considera que na PSP existe o *know-how* necessário para aproveitar o potencial destas novas formas de relacionamento social através das redes sociais?

Resposta:

"Para já, dizer que há o know-how necessário, seria ir um pouco longe demais. Acho que, neste momento, temos algum know-how, mas é ainda necessário mais, o que obrigaria a um investimento maior. O Gabinete de Imprensa e Relações Públicas, o que era em termos de recursos humanos, não cresceu, se olharmos o que era há dez ou 15 anos atrás, se calhar, até diminuiu, mas, no entanto, ele é hoje responsável por toda esta componente de comunicação que inclui as redes sociais. O outro trabalho não desapareceu, este é que surgiu, pelo que é necessário olhar com atenção, porque, provavelmente, iremos necessitar de novos recursos para uma nova realidade. Por isso, não estamos ainda com os recursos e o know-how necessários para tirarmos um melhor proveito da rede."

7.1. É importante investir na formação de especialistas nesta área dentro da PSP?

Resposta: *"Sim, claramente. Se a PSP quer ter, para além da nossa comunicação na Direção Nacional, os Comandos com páginas de Facebook, se quer potenciar as diferentes redes (hoje Instagram está a crescer, mas não sabemos que outras redes poderão aparecer daqui a cinco ou dez anos), terá de fazer esse investimento, como fez há uns anos com os cursos de comunicação para se aprender a falar com os media, sendo essencial que o mesmo seja feito."*

8. De que modo a PSP pode rentabilizar as novas dinâmicas tecnológicas na transmissão de informação ao cidadão?

Resposta: *"Aqui, mais do que aquilo que poderemos fazer, é o que já fazemos. Há muito trabalho de divulgação que nós conseguimos fazer, como os exemplos que dei antes, e conseguimos, ligando-nos a determinados momentos e acontecimentos, como os «Pokémon», que criava situações de crianças que estavam a ser vítimas de assaltos, de invasões de propriedade e de tudo o mais, ou a «Baleia Azul». Portanto, este potencial está lá e já o fazemos. Assim, aumentando a nossa presença nas redes teremos um universo maior e a nossa capacidade de prevenir e de estar lá, será, obviamente, maior também."*

9. Por fim, considera que a presença da PSP na rede social *Facebook* contribui para promover a imagem institucional da organização,

para aumentar a proximidade ao cidadão e para exponenciar a qualidade do serviço prestado pela mesma?

Resposta: *"As duas primeiras eu diria que sim, na medida em que existe um contributo claro para a imagem e a proximidade. Quanto a exponenciar o serviço prestado, não sei se poderemos dizer isso. Lá está, isto mexe com percepções. Embora eu não consiga alterar aquilo que são as estatísticas e a criminalidade, ao alterar as percepções em relação à polícia, à instituição e às pessoas que cá trabalham, de certa forma, podemos falar de prestar um serviço. E é isso que queremos, é que, de facto, essa pré-conceção e pré-disposição para olhar para a polícia como uma coisa perfeitamente normal, seja tão normal como falar com alguém que está no café connosco ou numa loja, não tendo aquela sensação de receio que, às vezes, as pessoas têm quando vão a uma esquadra ou têm de falar com um polícia. E, só para acabar, deixo um exemplo relacionado com as crianças, porque são o melhor exemplo disso: lembro-me, quando iniciámos com o policiamento de proximidade, em que começámos a ir às escolas, eu tinha vinte e poucos anos na altura, que fazíamos uma brincadeira de convidar as crianças a entrar no carro de polícia. Na altura, algumas tinham medo e chegavam a chorar para entrar lá dentro, porque não queriam entrar no carro de polícia. No entanto, hoje, se formos a uma escola e abrirmos o carro de polícia a luta é para ver quem chega primeiro. Se olharmos para isto, temos aqui uma evolução geracional em que a criança já não vê a polícia de forma negativa, mas antes como algo que é natural, que as crianças querem cumprimentar e com quem querem estar. Sentir isso, sentir que com maior idade também se sente essa predisposição e normalidade será a grande vitória a longo prazo."*

Apêndice B – Guião de Questionário (amostra não representativa)



Redes Sociais e PSP - Público

1. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

Este questionário faz parte da metodologia de uma dissertação com vista à obtenção do grau de Mestre em Ciências Policiais, na área de especialização em Gestão da Segurança, pelo Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna (ISCPSI) e tem por objetivo avaliar a importância da presença da Polícia de Segurança Pública (PSP) nas redes sociais da *Internet*, e mais concretamente no *Facebook*, com vista a promover a imagem institucional da organização, a aumentar a proximidade ao cidadão e a exponenciar a qualidade do serviço por si prestado.

O questionário em apreço visa apenas recolher a sua opinião, não existindo, por essa razão, respostas certas ou erradas.

A informação obtida no âmbito do presente questionário será tratada de modo anónimo e confidencial.

Grato pela sua colaboração.

Atenciosamente,

Nuno Miguel Cunha dos Santos



Redes Sociais e PSP - Público

2. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 1. Idade

- 18 – 25
- 26 – 35
- 36 – 45
- 46 – 55
- 56 ou mais

* 2. Género

- Feminino
- Masculino

* 3. Nacionalidade

- Portuguesa
- De outro País da União Europeia
- Outro (especifique)

* 4. Habilitações escolares (considere o nível mais elevado que frequentou)

- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Bacharelato
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

* 5. Situação profissional atual (sinalize a hipótese que melhor se ajusta)

- Estudante
- Trabalhador por conta de outrém (funcionário público)
- Trabalhador por conta de outrém (setor privado)
- Trabalhador independente
- Reformado/aposentado
- Desempregado
- Outro (especifique)



Redes Sociais e PSP - Público

3. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 6. A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet?(por favor use apenas uma X para caracterizar a frequência de acesso em cada um dos locais indicados)

	Diariamente/ várias vezes ao dia	Duas a três vezes por semana	Uma vez por semana	De 15 em 15 dias	Uma vez por mês ou menos	Nunca
Casa	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>
Em locais públicos com acesso livre à Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros locais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Redes Sociais e PSP - Público

4. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 7.

Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na Internet?

	Todos os dias e várias vezes ao dia	Todos os dias mas apenas uma ou duas vezes por dia	Várias vezes por semana e várias vezes durante o dia	Mais raramente e quase sempre esporadicamente durante o dia	Nunca utilizo
Computador (PC)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tablet/IPAD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telemóvel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outro (especifique)



Redes Sociais e PSP - Público

5. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 8. Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?

	Muito importante	Importante	Relativamente importante	Menos importante	Nada importante	Totalmente irrelevante
Sociabilidade (estreitar relações de amizade e/ou fazer novas amizades)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lazer (jogos, vídeos, música e/ou outros)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manter-se informado/atualizado em relação aos principais assuntos da atualidade (política, económica, social, desportiva, etc.) no país e no mundo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promoção pessoal e profissional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros motivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Redes Sociais e PSP - Público

6. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 9. Qual a rede social na Internet que utiliza?

	É a que mais uso	Também utilizo mas não é a principal	Muito raramente	Nunca utilizei
LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<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"/>
Youtube	<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"/>

Outro (especifique)



Redes Sociais e PSP - Público

7. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 10.

Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "É MUITO DIFÍCIL" e 10 significa "É MUITO FÁCIL", como avalia o grau de facilidade de utilização das redes sociais?

1 10



Redes Sociais e PSP - Público

8. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 11. Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?

	Todos os dias	Muito frequentemente	Com alguma frequência	De quando em vez	Raramente	Nunca
Partilha de conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interação com outros utilizadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outro (especifique)



Redes Sociais e PSP - Público

9. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 12. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER UTILIDADE" e 10 significa "É MUITO ÚTIL", como avalia o grau de utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?

1 10

A horizontal scale from 1 to 10. The number 1 is on the left and 10 is on the right. A small circle is positioned at the far left end of the scale. A small square is positioned at the far right end of the scale.



Redes Sociais e PSP - Público

10. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 13. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "DESATUALIZADOS" e 10 significa "MUITO ATUALIZADOS", como avalia o grau de atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?

1 10



Redes Sociais e PSP - Público

11. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 14. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO É NADA FIÁVEL" e 10 significa "É TOTALMENTE FIÁVEL", como avalia o grau de fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?

1 10

A horizontal scale from 1 to 10. The number 1 is on the left and 10 is on the right. A slider bar is positioned below the numbers, with a circular knob at the far left (1). To the right of the scale is a small square checkbox.



Redes Sociais e PSP - Público

12. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 15. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO É NADA RELEVANTE" e 10 significa "É TOTALMENTE RELEVANTE", como avalia o grau de relevância dos contactos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais?

1 10



Redes Sociais e PSP - Público

13. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 16. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER IMPORTÂNCIA" e 10 significa "TEM A MÁXIMA IMPORTÂNCIA", como avalia o grau de importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem?

Legenda: No âmbito do presente questionário, "promover a imagem" significa procurar que a organização governamental fique bem vista nas redes sociais, aumentando assim o seu prestígio e o número de pessoas que possam dizer bem dessa entidade.

1 10



Redes Sociais e PSP - Público

14. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

- * 17. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO DÁ QUALQUER CONTRIBUTO" e 10 significa "DÁ UM GRANDE CONTRIBUTO", como avalia o contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão?

Legenda: No âmbito do presente questionário, por "aproximação ao cidadão" deve entender-se a intervenção das organizações governamentais, através da utilização das plataformas de sociabilidade na Internet, com vista a uma maior proximidade e interação com as comunidades.

1 10



Redes Sociais e PSP - Público

15. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 18. Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?

- Autoridade Tributária e Aduaneira (AT)
- Polícia de Segurança Pública (PSP)
- Guarda Nacional Republicana (GNR)
- Polícia Judiciária (PJ)
- Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF)
- Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE)
- Outro (especifique)



Redes Sociais e PSP - Público

16. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

- * 19. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA" e 10 significa "É MUITO RELEVANTE", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial?

Legenda: No âmbito do presente questionário, por "promoção da imagem institucional da organização" deve entender-se a intervenção das organizações governamentais, neste caso a PSP, através da utilização das plataformas de sociabilidade na Internet, numa perspetiva de abertura e aproximação dos serviços públicos aos cidadãos, com vista à promoção da sua ação e, consequentemente, da imagem institucional das organizações.

1 10



Redes Sociais e PSP - Público

17. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 20. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM RELEVÂNCIA" e 10 significa "TEM TODA A RELEVÂNCIA", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo?

Legenda: No âmbito do presente questionário, por "potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo" deve entender-se a intervenção das organizações governamentais, neste caso a PSP, através da utilização das plataformas de sociabilidade na Internet, com vista a uma melhor comunicação com os cidadãos, que, por sua vez, funcione como um estímulo para uma maior proximidade e interação com as comunidades.

1 10



Redes Sociais e PSP - Público

18. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 21. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA" e 10 significa "TEM TOTAL RELEVÂNCIA", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?

1 10



Redes Sociais e PSP - Público

19. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 22. Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?

- Excelente
- Muito positiva
- Positiva
- Pouco positiva
- Sem qualquer valor
- Desconheço



Redes Sociais e PSP - Público

20. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

Obrigado pelo seu contributo!

As suas respostas foram registadas com sucesso.

Apêndice C – Guião de Questionário (amostra representativa)



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCPSI

1. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

Este questionário faz parte da metodologia de uma dissertação com vista à obtenção do grau de Mestre em Ciências Policiais, na área de especialização em Gestão da Segurança, pelo Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna (ISCPSI) e tem por objetivo avaliar a importância da presença da Polícia de Segurança Pública (PSP) nas redes sociais da *Internet*, e mais concretamente no *Facebook*, com vista a promover a imagem institucional da organização, a aumentar a proximidade ao cidadão e a exponenciar a qualidade do serviço por si prestado.

O questionário em apreço visa apenas recolher a sua opinião, não existindo, por essa razão, respostas certas ou erradas.

A informação obtida no âmbito do presente questionário será tratada de modo anónimo e confidencial.

Grato pela sua colaboração.

Atenciosamente,

Nuno Miguel Cunha dos Santos



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

2. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 1. Qual o seu ano de curso do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCP SI?

- 1.º Ano
- 2.º Ano
- 3.º Ano
- 4.º Ano
- 5.º Ano

* 2. Idade

- 18 – 25
- 26 – 35
- 36 – 45

* 3. Género

- Feminino
- Masculino

* 4. Nacionalidade

- Portuguesa
- De outro País



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

3. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 5. A partir de onde e com que frequência acede às redes sociais na Internet? (por favor use apenas uma X para caracterizar a frequência de acesso em cada um dos locais indicados)

	Diariamente/ várias vezes ao dia	Duas a três vezes por semana	Uma vez por semana	De 15 em 15 dias	Uma vez por mês ou menos	Nunca
Casa	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>
Em locais públicos com acesso livre à Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros locais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

4. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 6.

Qual o dispositivo digital que utiliza no dia-a-dia e com que frequência para aceder às redes sociais na Internet?

	Todos os dias e várias vezes ao dia	Todos os dias mas apenas uma ou duas vezes por dia	Várias vezes por semana e várias vezes durante o dia	Mais raramente e quase sempre esporadicamente durante o dia	Nunca utilizo
Computador (PC)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tablet/IPAD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telemóvel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outro (especifique)



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

5. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 7. Por que motivos utiliza as redes sociais na Internet e qual a importância que têm para si?

	Muito importante	Importante	Relativamente importante	Menos importante	Nada importante	Totalmente irrelevante
Sociabilidade (estreitar relações de amizade e/ou fazer novas amizades)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lazer (jogos, vídeos, música e/ou outros)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manter-se informado/atualizado em relação aos principais assuntos da atualidade (política, económica, social, desportiva, etc.) no país e no mundo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promoção pessoal e profissional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros motivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

6. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 8. Qual a rede social na Internet que utiliza?

	É a que mais uso	Também utilizo mas não é a principal	Muito raramente	Nunca utilizei
LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<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"/>
Youtube	<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"/>

Outro (especifique)



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

7. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 9.

Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "É MUITO DIFÍCIL" e 10 significa "É MUITO FÁCIL", como avalia o grau de facilidade de utilização das redes sociais?

1 10



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCPSI

8. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 10. Quais são as atividades que desenvolve com maior frequência nas redes sociais?

	Todos os dias	Muito frequentemente	Com alguma frequência	De quando em vez	Raramente	Nunca
Partilha de conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interação com outros utilizadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jogos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outro (especifique)



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

9. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 11. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER UTILIDADE" e 10 significa "É MUITO ÚTIL", como avalia o grau de utilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?

1 10



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

10. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 12. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "DESATUALIZADOS" e 10 significa "MUITO ATUALIZADOS", como avalia o grau de atualidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?

1 10



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

11. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 13. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO É NADA FIÁVEL" e 10 significa "É TOTALMENTE FIÁVEL", como avalia o grau de fiabilidade dos conteúdos partilhados nas redes sociais?

1 10



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCPSI

12. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 14. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO É NADA RELEVANTE" e 10 significa "É TOTALMENTE RELEVANTE", como avalia o grau de relevância dos contactos entre as pessoas estabelecidos através das redes sociais?

1 10



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

13. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

- * 15. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER IMPORTÂNCIA" e 10 significa "TEM A MÁXIMA IMPORTÂNCIA", como avalia o grau de importância da presença das organizações governamentais nas redes sociais com o objetivo de promover a sua imagem?

Legenda: No âmbito do presente questionário, "promover a imagem" significa procurar que a organização governamental fique bem vista nas redes sociais, aumentando assim o seu prestígio e o número de pessoas que possam dizer bem dessa entidade.

1 10



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCPSI

14. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

- * 16. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO DÁ QUALQUER CONTRIBUTO" e 10 significa "DÁ UM GRANDE CONTRIBUTO", como avalia o contributo da presença das organizações governamentais nas redes sociais para uma maior aproximação ao cidadão?

Legenda: No âmbito do presente questionário, por "aproximação ao cidadão" deve entender-se a intervenção das organizações governamentais, através da utilização das plataformas de sociabilidade na Internet, com vista a uma maior proximidade e interação com as comunidades.

1 10



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCPSI

15. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 17. Quais das páginas/perfis institucionais de organizações públicas segue nas redes sociais?

- Autoridade Tributária e Aduaneira (AT)
- Polícia de Segurança Pública (PSP)
- Guarda Nacional Republicana (GNR)
- Polícia Judiciária (PJ)
- Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF)
- Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE)
- Outro (especifique)



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCPSI

16. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

- * 18. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA" e 10 significa "É MUITO RELEVANTE", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para a promoção da imagem institucional desta organização policial?

Legenda: No âmbito do presente questionário, por "promoção da imagem institucional da organização" deve entender-se a intervenção das organizações governamentais, neste caso a PSP, através da utilização das plataformas de sociabilidade na Internet, numa perspetiva de abertura e aproximação dos serviços públicos aos cidadãos, com vista à promoção da sua ação e, consequentemente, da imagem institucional das organizações.

1 10



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

17. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

- * 19. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM RELEVÂNCIA" e 10 significa "TEM TODA A RELEVÂNCIA", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais para potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo?

Legenda: No âmbito do presente questionário, por "potenciar a comunicação com o cidadão e aumentar a proximidade ao mesmo" deve entender-se a intervenção das organizações governamentais, neste caso a PSP, através da utilização das plataformas de sociabilidade na Internet, com vista a uma melhor comunicação com os cidadãos, que, por sua vez, funcione como um estímulo para uma maior proximidade e interação com as comunidades.

1 10



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

18. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 20. Numa escala de 1 a 10, em que 1 significa "NÃO TEM QUALQUER RELEVÂNCIA" e 10 significa "TEM TOTAL RELEVÂNCIA", como avalia o contributo da presença da PSP nas redes sociais como elemento facilitador da resposta às necessidades e expectativas do cidadão, como, por exemplo, em termos de reforço do sentimento de segurança?

1 10



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCPSI

19. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

* 21. Em termos de promoção da imagem institucional, do aumento da proximidade ao cidadão e da melhoria da qualidade do serviço prestado, como avalia a presença da PSP na rede social Facebook?

- Excelente
- Muito positiva
- Positiva
- Pouco positiva
- Sem qualquer valor
- Desconheço



Redes Sociais e PSP - Alunos do ISCP SI

20. Redes sociais: tipo de utilização e modos de participação

Obrigado pelo seu contributo!

As suas respostas foram registadas com sucesso.

Apêndice D – Requerimento apresentado para autorização de aplicação de um questionário *online* a uma amostra representativa, aleatória e estratificada, de alunos do 1.º ao 5.º ano do Mestrado Integrado em Ciências Policiais no ISCPSI e respetivo *e-mail* de comunicação do despacho autorizador do Exmo. Senhor Diretor do ISCPSI

Exmo. Senhor
Diretor do Instituto Superior de Ciências Policiais e
Segurança Interna

Nuno Miguel Cunha dos Santos, portador do Cartão de Cidadão n.º 10809761, válido até 04/06/2017, tendo concluído com aproveitamento, no ano letivo de 2015/2016, a parte curricular do VIII Curso de Mestrado Não Integrado em Ciências Policiais no Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna (ISCPSI), na área de especialização em Gestão da Segurança, e encontrando-se presentemente a desenvolver o trabalho de dissertação, subordinado ao tema: "*O advento das redes sociais e a Polícia de Segurança Pública: uma nova estratégia de comunicação na Era da Informação*", sob a orientação científica do Senhor Professor Doutor Paulo Filipe de Sousa Figueiredo Machado, vem, por este meio, solicitar a V.Exa. autorização para aplicar um questionário a um grupo de controlo, constituído por uma amostragem aleatória simples e estratificada de 124 alunos, distribuídos do 1.º ao 5.º ano, do Mestrado Integrado em Ciências Policiais do ISCPSI.

Com vista ao sorteio dos indivíduos que farão parte da referida amostragem, solicita ainda a V.Exa. a disponibilização da listagem dos aludidos alunos, se possível, organizada por ano de frequência.

O estudo a desenvolver tem como principal objetivo compreender em que medida a presença da Polícia de Segurança Pública (PSP) nas redes sociais da *Internet*, e mais concretamente no *Facebook*, contribui para promover a imagem institucional da organização, para aumentar a proximidade ao cidadão e, não menos importante, para exponenciar a qualidade do serviço prestado por esta força policial.

O questionário a aplicar será anónimo e feito *online*, não interferindo com o normal funcionamento das atividades escolares.

Pede deferimento.

Lisboa, 27 de março de 2017



Nuno Miguel Cunha dos Santos

RE: Pedido de colaboração - Questionários a aplicar aos alunos do Mestrado Integrado em Ciências Policiais - Mensag...

FICHEIRO MENSAGEM

Eliminar Ignorar

Responder Reencaminhar a Todos

Responder Reencaminhar a Todos

Eliminar

Condomínio Para o Gestor E-mail da Equipa

Mover

Passos Rápidos

Marcar como Não Lida Categorizar Dar Seguimento

Traduzir

Edição

Zoom

Evernote

qui 06/04/2017 17:43

Nuno Ricardo Pica Dos Santos <nrsantos@psp.pt>

RE: Pedido de colaboração - Questionários a aplicar aos alunos do Mestrado Integrado em Ciências Policiais

Para Nuno Cunha dos Santos

Cc ISCP SI - Centro de Investigação; Nuno Caetano Lopes Barros Poiares; Professor Paulo Machado; ISCP SI - Direcção Ensino

i Dar seguimento. Começar por 15 de abril de 2017. Concluir até 15 de abril de 2017. Reencaminhou esta mensagem em 06/04/2017 17:59.

Exmo. Senhor
Dr. Nuno Cunha dos Santos,

Relativamente ao assunto em epígrafe, encarrega-me o Exmo. Senhor Diretor do ISCP SI de informar que se encontra autorizado o constante no seu requerimento, datado de 27 de março, a que se reportam os e-mails infra.

A DE/ISCP SI procederá ao envio da listagem dos alunos do CFOP (1.º ao 5.º ano), que devem servir, unicamente, para os fins requeridos.

Cumprimentos,

Nuno Ricardo Pica dos Santos
Comissário
Direção de Ensino

POLÍCIA
SEGURANÇA PÚBLICA

Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna

Rua 1.º de Maio, n.º 3 | 1349-040 Lisboa | PORTUGAL
Tel: (+351) 21 381 39 00 | Email: nrsantos@psp.pt

Nuno Ricardo Pica Dos Santos Reuniões - Visita Comissão de Avaliação Externa - ISCP SI - Alunos CMCP



POLÍCIA

SEGURANÇA PÚBLICA

Política de Informação

Direcção Nacional
Largo da Penha de França, n.º1 | 1170-298 Lisboa
PORTUGAL

1.	Introdução	3
a.	Missão, Visão e Valores da PSP	3
b.	Objectivo Geral	3
c.	Objectivos Específicos	3
2.	Política de Informação.....	4
a.	Definição de política de informação.....	4
b.	Política de Informação da PSP	4
3.	Princípios.....	4
a.	Da Legalidade.....	4
b.	Risco e Valor da Informação.....	4
c.	Da Classificação de Conteúdos	4
d.	Da Necessidade de Conhecer.....	4
4.	Direitos.....	5
5.	Deveres.....	5
6.	Áreas de Intervenção.....	5
a.	Segurança da Informação	5
b.	Acesso à Informação.....	5
c.	Comunicação organizacional interna.....	5
d.	Exploração de Recursos Tecnológicos	6
e.	Exploração de Sistemas de Informação de Índole Policial.....	7
f.	Relacionamento com Órgãos de Comunicação Social.....	7
g.	Investigação Académica ou Científica.....	8
7.	Divulgação, Ensino e Formação	9
8.	Disposições finais	9

7. Introdução

a. Missão, Visão e Valores da PSP

A PSP é uma força de segurança, uniformizada e armada, com natureza de serviço público e dotada de autonomia administrativa, que tem por missão assegurar a legalidade democrática, garantir a segurança interna e o livre exercício dos direitos fundamentais dos cidadãos, bem como o normal funcionamento das instituições democráticas, no quadro da lei.

As suas atribuições resultam, especialmente, da Lei n.º 53/2007, de 31 de Agosto, bem como da legislação sobre a segurança interna, o estado de sítio e de emergência, a investigação criminal e a protecção civil.

Por certo, a missão da PSP visa a promoção da segurança em liberdade.

O provir institucional induz a consolidação da PSP, como polícia integral e pró-activa, altamente prestigiada, com elevado grau de profissionalismo, através da simplificação do ciclo produtivo interno, da melhoria da eficácia da acção policial e do incremento da proximidade ao cidadão, sobretudo aos estratos sociais e sectores mais vulneráveis à acção criminógena, a par da valorização dos recursos humanos e da avaliação dos respectivos desempenhos funcionais.

A PSP age de acordo com um conjunto de valores em que acredita, tais como: camaradagem, disciplina, dedicação, inteligência, justiça, isenção, humanismo, firmeza, coragem, responsabilidade, solidariedade, tolerância, prudência, humildade, perseverança, honradez, honestidade e lealdade.

b. Objectivo Geral

A PSP pretende estabelecer uma política de informação no respeito pelo dever de informação que não colida com o seu dever de reserva, apostando, por um lado, na aproximação do cidadão e, por outro, à projecção da imagem institucional perante a sociedade.

O destino final da política de informação da PSP é controlar a criação, a organização e a produção de conteúdos informativos que são partilhados de forma útil, necessária e eficaz, produzindo conhecimentos sustentáveis e vantajosos para a organização, contribuindo ainda para um maior esclarecimento societal.

c. Objectivos Específicos

Para concorrer para o objectivo geral identificam-se como objectivos específicos relativos à política de informação da PSP:

- 1) Definir os princípios de acção;
- 2) Definir os direitos e deveres;
- 3) Definir as áreas de intervenção.

2. Política de Informação

a. Definição de política de informação

Por política de informação entende-se o conjunto de princípios, normas e procedimentos com vista à protecção e correcta utilização, nos termos da Lei, da informação produzida ou acedida, independentemente da forma e do motivo de acesso.

b. Política de Informação da PSP

Nos termos da Lei, a PSP permite o acesso a qualquer informação em seu poder que não se encontre sob qualquer regime legal que restrinja o seu acesso, desclassificando-a e disponibilizando-a nos exactos termos das normas legais aplicáveis.

A PSP reserva-se o direito de, em circunstâncias específicas, não divulgar certas informações ou de restringir o acesso à informação que normalmente divulga ou à qual permite o acesso.

3. Princípios

a. Da Legalidade

A PSP, na recolha, análise, processamento, arquivo e divulgação de informação rege-se em obediência à lei e ao direito, dentro dos limites dos poderes que lhes estejam atribuídos, em conformidade com os fins para que os mesmos poderes lhes forem conferidos e no respeito pelos direitos e interesses legalmente protegidos dos cidadãos

b. Risco e Valor da Informação

A existência de políticas de segurança da informação apoia os utilizadores e administradores na definição e mitigação dos riscos, tentando alcançar desta forma aquele que se pretende ser o equilíbrio entre o valor da informação e as potenciais quebras de segurança. Pode-se, assim, obter um melhor equilíbrio entre os riscos que estamos dispostos a assumir e o investimento em medidas de segurança e a continuidade da nossa actividade.

c. Da Classificação de Conteúdos

A Resolução do Conselho de Ministros n.º 50/88, de 03DEZ (SEGNAÇ 1), aprova as instruções sobre a Segurança e Defesa das Matérias Classificadas;

A Classificação de Segurança serve não só para assinalar as matérias que carecem de protecção contra as diversas ameaças, como para designar o grau de credenciação dos elementos que funcionalmente tenham necessidade de as conhecer ou manusear;

A PSP, nas suas vertentes administrativa, preventiva e criminal, tem acesso e gere matérias classificadas e protegidas cobijadas por determinados agentes de ameaça em termos de espionagem – entendida como captação clandestina de informação; sabotagem; subtracção ou subversão, entre outros.

d. Da Necessidade de Conhecer

O acesso às matérias classificadas deve restringir-se, exclusivamente, às pessoas que tenham necessidade de as conhecer para cumprimento das suas funções ou tarefas, não existindo autorização genérica de acesso a matérias classificadas apenas por força do cargo ou credenciação de segurança atribuída.

4. Direitos

A PSP defende, nos termos da Lei, designadamente:

- O direito a saber/conhecer informação útil e com relevância directa para as funções exercidas;
- O direito a saber/conhecer o resultado do tratamento dado à informação por si partilhada ou produzida;
- O direito à produção de informação, designadamente pelos órgãos de comunicação social e seus profissionais.

5. Deveres

A PSP defende, nos termos da Lei, designadamente:

- O dever de sigilo profissional;
- O dever de denúncia a fugas de informação verificadas;
- O dever de denunciar informações de conteúdo errado ou de cariz falso;
- O dever de partilhar informação com elementos designados para o efeito;
- O dever de respeitar a informação produzida;
- O dever de informar.

6. Áreas de Intervenção

a. Segurança da Informação

A garantia da segurança da informação é estratégica, quer numa perspectiva de médio, como de longo prazo. Pretende-se pois, e através desta, assegurar a preservação da confidencialidade, a disponibilidade e a integridade da mesma. As normas de segurança da informação são estabelecidas não só através do normativo jurídico vigente, mas também através de um conjunto hierárquico de políticas e procedimentos internos.

b. Acesso à Informação

Necessidade de manter permanentemente actualizadas as permissões de acesso à informação. Só deve ter acesso à informação quem dela necessita. E a necessidade deve ser exclusivamente motivada por motivos profissionais.

Os elementos que desempenham funções na PSP produzem e manuseiam matéria policial classificada que deve ser protegida contra comprometimentos e quebras de segurança.

Uma das formas de prevenir e evitar que os comprometimentos e as quebras de segurança ocorram é através da correcta credenciação daqueles que tem acesso a matéria policial classificada. Assim, existem normas internas que estabelecem os procedimentos relativos ao processo de credenciação policial, renovação ou elevação do grau de credenciação de todos os elementos policiais e civis que produzem, manuseiam ou tomem conhecimento, de forma directa ou indirecta, de matérias policiais classificadas no âmbito do desempenho de funções na PSP. A aplicação das disposições constantes de tais Normas é feita à luz dos princípios constantes dos vários SEGNA.

c. Comunicação organizacional interna

Construção de um sistema homogéneo de comunicação (vertical, horizontal e diagonal) que permita que a mensagem seja percebida por todos eficazmente, assente nas seguintes linhas orientadoras:

- Definição dos documentos que devem ser elaborados para cada um dos tipos de comunicação que se pretende;

- Participação pessoal dos Dirigentes/Comandantes na comunicação a fazer a toda a estrutura;
- Reuniões com os principais responsáveis por transmitir a comunicação (subcomissários e Chefes), verificando que estes compreendem em completo a mensagem;
- Permitir a comunicação em todos os sentidos, criando mecanismos para isso, como forma de motivação do efectivo (por exemplo inquéritos ao efectivo, criação do livro de sugestões interno, etc.);
- Publicação das actas de reuniões em Ordem de Serviço, devendo estas ser acessíveis no espaço de tempo em que ainda se revelem oportunas.

d. Exploração de Recursos Tecnológicos

(1) Instalação de Software / Hardware

Proibição de instalação sobre a rede da PSP de qualquer hardware que não seja propriedade da PSP;

Proibição de instalação de qualquer tipo de software por parte dos utilizadores;

A necessidade de utilização de software específico para prossecução da actividade da PSP será comunicada pela estrutura hierarquia da PSP ao órgão competente, que avaliará e decidirá.

A estrutura orgânica da PSP com competência técnica procede à participação à hierarquia de qualquer dispositivo/software detectado e não autorizado, procedendo, designadamente, à sua remoção.

(2) Espaços de armazenamento/partilha de ficheiros

Com vista à optimização/rentabilização dos espaços de partilha (*file servers*), dos tempos de acessibilidade/resposta (quer de *backup*, quer de *restore*), e à garantia de que apenas reside nos servidores da PSP informação relativa à actividade da PSP, não é permitido:

- O armazenamento de ficheiros pessoais/particulares nos servidores da PSP;
- O armazenamento de informação/documentação/legislação que esteja publicada na intranet, à excepção do departamento que a produziu e que detém os originais;

(3) Internet

O acesso à internet é facultado a todos os elementos que desempenhem funções na PSP e deve ser utilizado com moderação e razoabilidade, preferencialmente para fins de Serviço.

O acesso à internet é gerido de acordo com o "Plano de Filtros de URL da PSP".

(4) Intranet

O acesso à intranet da PSP é facultado a todos os elementos que desempenhem funções na PSP.

A intranet da PSP é gerida de acordo com o Plano de implementação da intranet da PSP.

(5) Plataforma de e-learning do MAI

O acesso à Plataforma de e-learning do MAI é facultado a todos os elementos que desempenhem funções na PSP.

(6) Correio electrónico

O correio electrónico profissional (designadamente os que incluem @psp.pt ou @rnsi.local) deve ser utilizado com moderação e razoabilidade, preferencialmente para fins de Serviço.

As políticas de exploração de correio electrónico são as definidas pela Unidade de Tecnologias de Informação de Segurança – UTIS.

e. Exploração de Sistemas de Informação de Índole Policial

As políticas de exploração Sistemas de Informação de Índole Policial são definidas por despacho do Director Nacional.

f. Relacionamento com Órgãos de Comunicação Social

(1) Princípios

- (a) A imagem institucional da PSP traduz uma marca que existe há mais de 100 anos na vida dos portugueses. Este século de existência materializa a uma missão de segurança, ordem e tranquilidade, caracterizado por um processo de adaptação permanente e uma proximidade cada vez maior, cimentada numa capacidade de intervenção e eficácia que fazem da PSP um alicerce do passado, um pilar do presente e uma referência de futuro.
- (b) Clara definição dos interlocutores e correspondente centralização de informação a nível nacional;
- (c) Descentralização da informação local a nível regional, assente na estrutura das unidades de polícia e estabelecimentos de ensino policial;
- (d) Considerar factores externos à organização - políticos; sociais e económicos;
- (e) Disponibilidade para a comunicação com os OCS;
- (f) Tomar a iniciativa da difusão de informação;
- (g) Constante promoção das boas práticas institucionais.

(2) Linhas orientadoras gerais do tipo de informação a disponibilizar em função das ocorrências, tendo por sempre por base os princípios que norteiam toda a intervenção policial:

- Divulgação de informação genérica, sucinta e confirmada;
- Divulgação de informação sistematicamente de acordo com a articulação efectuada anteriormente com o órgão de polícia criminal competente para a investigação;
- Divulgação de informação complementar que, não tendo directamente relação com a ocorrência, possa denotar a preocupação da PSP, informando sobre diligências efectuadas para controlo de danos, de apoio às vítimas ou outras diligências.
- Não divulgação de qualquer informação concreta sobre suspeitos, viaturas, meios de prova recolhidos, técnicas especiais de investigação;
- Não divulgação de qualquer compromisso com o desfecho de qualquer investigação, informando que as circunstâncias concretas da ocorrência terão de ser investigadas pela entidade competente.

g. Investigação Académica ou Científica

As questões da segurança e da criminalidade têm suscitado um interesse crescente na sociedade em geral, a que não são alheios os alunos dos diversos graus de ensino.

Para além disso, as questões relacionadas com a estrutura orgânica e funcional da PSP, a caracterização dos seus recursos humanos e a sua vivência quotidiana, sobretudo, em ambiente profissional têm também merecido a atenção da comunidade académica, em grande parte pelo envolvimento de quadros da PSP no meio académico, quer enquanto docentes mas, sobretudo, enquanto alunos do ensino superior, ao nível dos estudos pós-graduados.

O estudo e a investigação científica da temática da segurança e da criminalidade e das questões funcionais da PSP são susceptíveis de produzir, por um lado, um valor acrescentado na definição de políticas públicas de segurança e permitir, por outro, encontrar soluções adequadas para questões funcionais da organização e dos seus recursos, sobretudo, dos seus recursos humanos.

A Polícia de Segurança Pública é detentora de dados sobre a criminalidade, sobretudo, sobre a criminalidade denunciada que, a par de outras fontes como, por exemplo, os inquéritos de vitimação, são considerados essenciais ao estudo da criminalidade, dos fenómenos criminais, dos perfis criminais e da prevalência dos actos criminosos.

Nessa medida, no estrito respeito pelos limites legais que regulam o acesso e a difusão de determinados tipos de informação como é o caso da informação criminal, impõe-se que a PSP colabore, de forma activa, na produção académica e científica sobre as questões atrás elencadas, nomeadamente, através do fornecimento de dados e da autorização para a aplicação de inquéritos aos seus profissionais, para elaboração de estudos no âmbito da obtenção de graus académicos e para fins de investigação científica.

Contudo, para além do cumprimento dos limites legais, impõe-se que o acesso e o fornecimento dos dados em causa obedeça a determinados princípios orientadores, a saber:

- a. Os pedidos de dados e as solicitações para aplicação de inquéritos a elementos policiais, destinados à elaboração de trabalhos académicos deverão ser sempre formalizados pelo estabelecimento de ensino onde o aluno se encontra matriculado.
- b. Os dados destinados a investigação científica deverão ser solicitados pela entidade singular ou colectiva responsável pela investigação.
- c. Como condição prévia ao fornecimento de dados e à autorização de aplicação de inquéritos, os pedidos deverão ser acompanhados dos seguintes documentos:
 - i. Plano de investigação e dos objectivos a atingir;
 - ii. Exemplar do inquérito a aplicar;
 - iii. Compromisso escrito de confidencialidade do requerente, do qual conste, inequivocamente, que a divulgação/publicação dos dados fornecidos, para além da elaboração e discussão do trabalho académico, carece de autorização prévia da PSP,;
 - iv. Compromisso escrito, por parte do requerente, de entrega de um exemplar do trabalho académico à PSP.
- d. Na análise dos pedidos deverão ser tidos em conta, entre outros, os seguintes aspectos:
 - i. Interesse da investigação/tema para a PSP;

- ii. Eventualidade de existência de risco de descontextualização dos resultados, susceptível de conduzir a interpretações abusivas e generalistas de uma realidade que poderá não coincidir com a prática da instituição no seu todo.

7. Divulgação, Ensino e Formação

A Política de Informação da PSP é pública e de acesso universal.

O ensino e formação na PSP deve incluir nos seus *curricula* a Política de Informação da PSP.

8. Disposições finais

O Planeamento Estratégico da PSP deve considerar a Política de Informação da PSP como uma ferramenta de apoio à decisão.

O presente documento deve ser revisto de 2 em 2 anos, podendo ser revisto quando situações excepcionais o determinem.

Nos termos das normas em vigor o presente documento é comunicado à Autoridade para as Condições do Trabalho e à Comissão Nacional de Protecção de Dados.

Lisboa e Direcção Nacional, 24 de Outubro de 2011.

O Director Nacional

Guilherme José Costa Guedes da Silva
Superintendente-Chefe

