O IMPACTO DO ACOMPANHAMENTO DAS REDES SOCIAIS DE PREFEITURAS NA PERCEPÇÃO DE QUALIDADE EM VOTANTES (VS. NÃO VOTANTES) DO CANDIDATO VENCEDOR

Oriunda da iniciativa privada, a preocupação pela qualidade e eficiência na gestão vem ganhando interesse da administração pública a fim de orientar a alocação de recursos disponíveis para atender às necessidades da população. Não obstante, muitas prefeituras têm se tornado cada vez mais presentes nas redes sociais virtuais (RSV), utilizando essas plataformas para melhorar a interação com as pessoas. Por um lado, a gestão das RSV das prefeituras muda a cada candidato eleito e por outro, votantes e não votantes deste candidato decidem se vale a pena acompanhar as páginas da prefeitura. São inúmeras as razões que podem fazer com que uma pessoa decida seguir as RSV da prefeitura da sua cidade, mas as principais seriam para acompanhamento neutro, ou até mesmo apoio ou oposição. Esta pesquisa busca investigar se os seguidores (vs. não seguidores) das RSV das prefeituras têm diferentes percepções de qualidade do serviço prestado. Ademais, analisa-se o quanto a escolha pelo candidato vencedor impacta nesta relação.

Segundo Carvalho, Brito e Cabral (2010), o setor público tem controle sobre uma parcela significativa dos recursos econômicos, o que lhe dá o direito e também o dever de prestar os serviços básicos para a sociedade. Boa parte da população não utiliza diariamente os serviços ofertados pela administração municipal, porém, em várias circunstâncias, são expostos à anúncios publicitários ou informativos vinculados nas páginas oficiais das prefeituras em RSV. Uma das principais características das mídias sociais é a rapidez com que as informações são transmitidas (ROCHA et al, 2013), isso permitiu a criação e exploração de uma nova forma de interação com os cidadãos, que nos últimos anos as prefeituras vêm utilizando com muito mais frequência. Para os gestores, é de fundamental importância que a população perceba de forma positiva os projetos que estão sendo executados pela administração. Por muito tempo, houveram grandes discussões sobre a melhor forma de medir esta percepção, porém Gaster (1996), afirma que é possível utilizar os mesmos critérios e construtos para avaliar a qualidade entre serviços públicos e privados, pois as fronteiras entre estes dois setores estão desaparecendo pelas características e estruturas oferecidas ao cidadão.

Para investigar como a percepção da qualidade dos serviços públicos prestados por prefeituras pode ser influenciado pelo acompanhamento de suas páginas em RSV, aplicou-se uma survey com 720 respondentes. Para a análise, utilizou-se o instrumento de percepção de qualidade (SERVPERF), desenvolvido por Cronin e Taylor (1992). A avaliação é composta por 22 perguntas em escala Likert de 7 pontos, divididas em 5 construtos: tangibilidade, confiabilidade, capacidade de resposta, garantia e empatia. Foi elaborado um questionário online e publicado na página do grupo de pesquisa a qual os autores deste artigo fazem parte. O link foi impulsionado financeiramente para pessoas que seguem um dos cinco maiores partidos políticos do Brasil. Esta estratégia buscou mitigar qualquer possível viés intrapartidário, além de permitir maior acesso aos possíveis votantes de candidatos eleitos, uma vez que esses partidos são os que possuem mais prefeituras no Brasil. Participaram da pesquisa 720 pessoas de todo o Brasil, com idade média de 46 anos. Dentre os participantes, 63,47% seguem o perfil da sua prefeitura no Facebook e 45,42% votaram no atual prefeito.

Uma análise de variância bidirecional produziu apenas efeitos principais nas duas variáveis independentes, "Votou no prefeito atual" $F(1,716) = 10,512$, $p = 0,001$, assim como na variável independente "Segue perfil" com $F(1,716) = 12,678$, $p < 0,001$. Porém não foi significativo na interação destas duas variáveis $F(1,716) = 0,840$, $p =$ ns. Ao realizar a análise individual dos itens que formam o construto de qualidade percebida (tangibilidade,

confiabilidade, capacidade de resposta, garantia e empatia), o item confiança apresentou tanto efeito principal na variável "Segue perfil" $F(1,716) = 7,879$, $p = 0,005$, assim como na variável "Votou no prefeito atual" $F(1,716) = 22,644$, $p < 0,001$. Na verificação da interação das duas variáveis, o efeito foi significativo com $F(1,716) = 5,132$, $p < 0,05$, como mostra a Figura 1. Foi realizada uma análise Post Hoc utilizando o teste de Tukey HSD da variação entre os quatro grupos, e constatou-se que há uma variação significativa ente eles $F(3,716) = 16,154$, $p < 0,001$. Onde o grupo que votou no prefeito atual e segue o perfil é distinto dos outros 3 grupos.

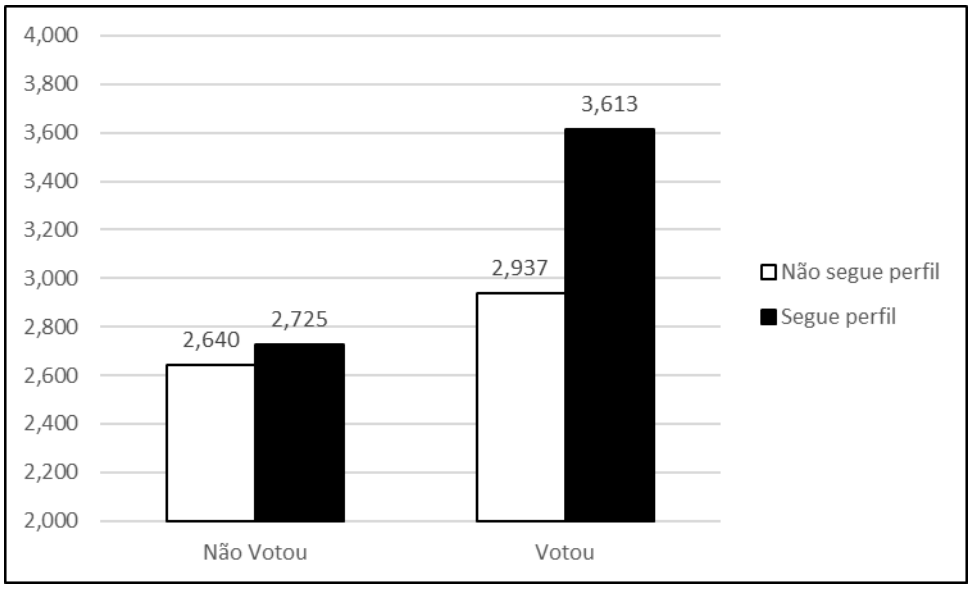


Figura 1- Interação entre as duas variáveis independentes (Segue perfil e Votou no prefeito atual)

A alteração do nível de confiança do cidadão perante à administração municipal poderá ter um impacto positivo em outras interações entre eles. Acredita-se que um dos principais efeitos desta influência ocorre a cada quatro anos, nas eleições. Um aumento de qualidade ou mesmo um aumento na confiança percebida entre o eleitor e o prefeito, neste caso na figura do gestor público, poderá impactar na escolha por este candidato nas próximas eleições. Desta forma, os próximos passos desta pesquisa serão a aplicação de outros estudos a fim de entender o nível de influência destas percepções nas intenções futuras de votação nestes candidatos que atualmente detém a ferramenta das redes sociais virtuais a seu favor, além de avaliar se os cidadãos percebem uma competição desleal na disputa política, entre o partido que está no poder à oposição.

CARVALHO, Cláudia; BRITO, Carlos; CABRAL, José Sarsfield. Towards a conceptual model for assessing the quality of public services. **International Review On Public And Nonprofit Marketing**, [s.l.], v. 7, n. 1, p.69-86, 9 mar. 2010. Springer Nature. http://dx.doi.org/10.1007/s12208-010-0046-5.

CRONIN, J. Joseph; TAYLOR, Steven A.. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. **Journal Of Marketing**, [s.l.], v. 56, n. 3, p.55-68, jul. 1992. JSTOR. http://dx.doi.org/10.2307/1252296.

GASTER, Lucy. Quality services in local government: a bottom-up approac. **Journal of Management Development**, Vol. 15 Issue: 2, pp.80-96, 1996. https://doi.org/10.1108/02621719610109159

ROCHA, Thelma Valéria et al. An Exploratory Study on the use of Social Networks in Building Customer RelationshipsDOI: 10.7819/rbgn.v15i47.953. **Review Of Business Management**, [s.l.], v. 15, n. 47, p.262-282, 30 jun. 2013. FECAP Fundacao Escola de Comercio Alvares. http://dx.doi.org/10.7819/rbgn.v15i47.953