

MÍDIAS SOCIAIS E ORGANIZAÇÃO PÚBLICA:

Análise comparativa das estratégias de
interação do Facebook da Prefeitura de
Curitiba e Prefeitura de Manaus

*Cristiane de Lima Barbosa
Monique Alencar Bremgartner*

Congresso de Cibercultura
**Circum-navegações em redes transculturais de conhecimento,
arquivos e pensamento**
Braga - Portugal



Introdução

A Prefeitura de Curitiba, objeto deste presente estudo, é um exemplo de inovação em mídias sociais no setor público e vem investindo em Marketing Digital no Facebook desde a criação da sua Fanpage, em 2013.

A página chamou atenção de usuários de todo o país com a sua comunicação institucional diferenciada das demais prefeituras. A linguagem organizacional mesclada com o bom humor fez com que a página atingisse o total de 564 mil seguidores no Facebook, superior ao número de seguidores da Fanpage da Prefeitura de Manaus (201 mil pessoas), por exemplo.



JUSTIFICATIVA

Com o advento das tecnologias e a evolução da web para web 3.0, as organizações públicas perceberam que atualmente as **mídias sociais digitais** são importantes aliadas na comunicação e interação com a sociedade principalmente pela ineficiência da forma de se comunicar desses órgãos com o público.

Por isso, como instrumento de análise deste artigo, a escolha da mídia **Facebook** se justifica por ser considerada uma das mídias de maior popularidade e inserção na sociedade.

Segundo dados oficiais divulgados no site 'O Globo', essa mídia já possui **1,44 milhão** de usuários mensais ativos, alta de **13%** em relação ao mesmo período do ano passado, sendo **1,25 bilhão** em dispositivos móveis, crescimento de **24%** em um ano.



OBJETIVO GERAL

Analisar de forma comparativa quais as estratégias de interações da Prefeitura de Curitiba e da Prefeitura de Manaus na página do Facebook onde será observada a interação com o público e os contrastes das divulgações de políticas públicas e sociais das duas Prefeituras, uma vez que ambas estão localizadas geograficamente em polos opostos no País.



PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

- ✓ Levantamento de dados por período observado comparando o quantitativo de postagens dentro desse tempo definido e suas características em como o nível de interação entre os usuários e os administradores das páginas em estudo.
- ✓ O estudo comparativo mostra que a versatilidade, o humor e a linguagem mais próxima do cidadão, aliada a interação entre a página e cada usuário foram determinantes para o maior número de adesões à página da Prefeitura de Curitiba.
- ✓ Resultado mostrou que em ambientes de redes sociais, onde a quantidade e velocidade de usuários é bem expressiva, a Prefeitura de Curitiba utilizou métodos de comunicação que aproximam os usuários e os tratam com individualidade, interagindo com quase todos os seguidores que se manifestam.



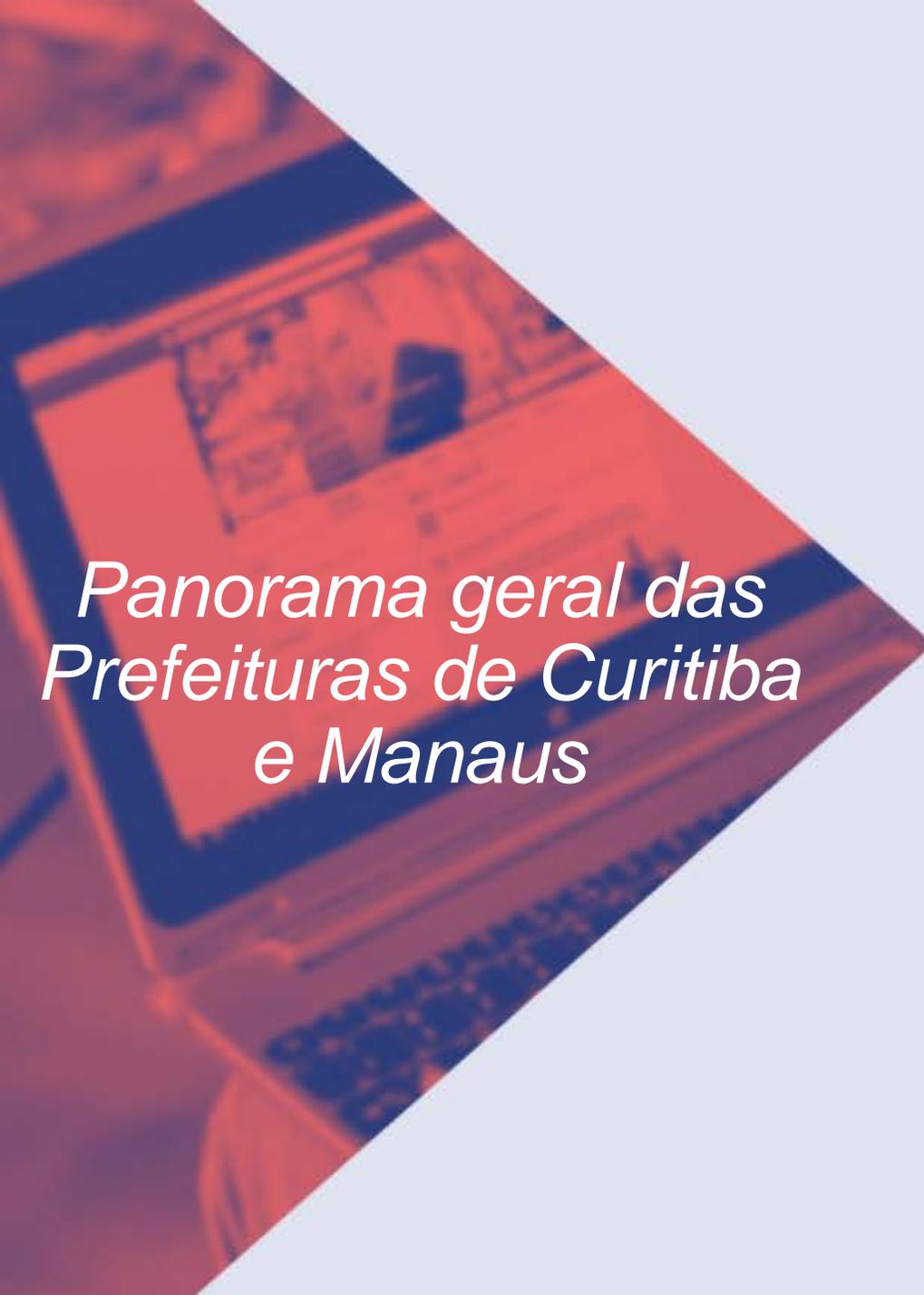
Mídias sociais e Governos Eletrônico

Mídias sociais: importante ferramenta aliada à comunicação que está modificando constantemente a forma de se relacionar e o ciberespaço é um importante integrador desse processo.

Evolução da web 3.0: gestão pública procurou se modernizar e implementar essas ferramentas com o objetivo principal de se comunicar com o seu público de forma simples e rápida, sem muitos protocolos como no antigo SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente).

Bueno (2003): comunicação organizacional torna-se um elemento importante no processo de inteligência empresarial.

“[...]respaldar-se em bancos de dados inteligentes, explorar a emergência das novas mídias e, sobretudo, maximizar a interface entre as empresas, ou entidades, e a sociedade.” (BUENO, 2003, p. 8).



Panorama geral das Prefeituras de Curitiba e Manaus

Recuero (2000):

muitos teóricos acreditam que essa era digital trouxe uma grande transformação política, não de uma democracia, mas de uma tecnocracia, onde a técnica comanda a todos.

“Oras, a ideia da “democracia eletrônica” não é de todo impossível e utópica. Se de um lado a Rede oferece efetivamente a chance, ao cidadão comum, de articular-se com outras pessoas através de seus campos de interesse, de outro, este acesso ainda é um tanto o quanto restrito” (Recuero, 2000).



O ponto de partida para o estudo comparativo é o número de usuários que aderiram à página das respectivas prefeituras.

Enquanto que a prefeitura de Manaus tem **202 mil** pessoas que curtiram a página, a de Curitiba chega a **579 mil**.

À primeira vista é de se pensar que tal diferença fosse fundamentalmente justificada pela população de ambos os municípios.

Ora, se Curitiba tivesse uma população maior que Manaus, essa diferença de usuários seria plenamente aceitável. Entretanto, segundo o IBGE, a população de Manaus é estimada em 2.020.301 habitantes e a de Curitiba é estimada em 1.864.416 habitantes. (IBGE, 2014).

Linguagem utilizada

A linguagem de ambas é informativa;

Procuram não ser muito formal;

Dois aspectos observados sobre a Fanpage da Prefeitura de Curitiba: a **leveza das postagens** e a **interação individual** da prefeitura com os usuários.

Em relação ao primeiro ponto, detectamos que os responsáveis pela página da Prefeitura de Manaus não têm se preocupado com quem vai ler suas postagens, tornando a leitura **maçante e desinteressante**. A seguir temos algumas imagens que ilustram essa afirmativa, retiradas da fanpage da **Prefeitura de Manaus**:



Linguagem não acessível



Grande volume de informações sem o devido tratamento

Linguagem utilizada

Reproduzimos, em seguida, algumas postagens da Prefeitura de Curitiba, que ilustram esse aspecto, a seguir:



Postagem com conteúdo diferenciado



Linguagem acessível e bem humorada

Identificação com o usuário

Sobre esse aspecto RECUERO (2009) citando Nicolis & Prigogine (1989) escreve:

“Os processos dinâmicos das redes são consequência direta dos processos de interação entre os atores. Redes são sistemas dinâmicos e, como tais, sujeitos a processos de ordem, caos, agregação, desagregação e ruptura”.



Informação de utilidade pública

O quesito utilidade tem importância na medida em que atrai o usuário por ser um aspecto ligado a rotina do mesmo.

Utilidade



Utilidade Pública com bom humor

Ao analisar separadamente o comportamento da Prefeitura de Curitiba temos o comportamento descrito a seguir:

Quantidade de seguidores



O quadro acima tem como base o número de adesões do último mês, a contar de 26 de junho de 2015. O que se observa é o distanciamento entre o número de seguidores de ambas no decorrer do tempo.



*Análise comparativa
entre
prefeituras*

- 1) Linguagem informativa** – esses posts não se baseiam no coloquialismo e sim em linguagem formal, normalmente utilizadas para transmitir informes ou comunicados;
- 2) Linguagem Cômica** – linguagem com humor acentuado, baseado em figuras e linguagens de internet;
- 3) Linguagem interativa** – toda postagem que provoca uma resposta ou interação por parte do receptor da mensagem;
- 4) Linguagem audiovisual** – são postagens que se baseiam em imagens, vídeos ou músicas, ou, ainda na composição dessas citadas.



*Análise comparativa
entre
prefeituras*

O quadro a seguir mostra a diversidade do gênero da linguagem utilizada pelas duas prefeituras bem como o quantitativo de postagens no mesmo período de tempo:

Postagens	Prefeitura de Manaus	Prefeitura de Curitiba
Informativa	20	19
Cômico- informativa	0	5
Interativa	0	2
Audiovisual	2	6
Total	22	32

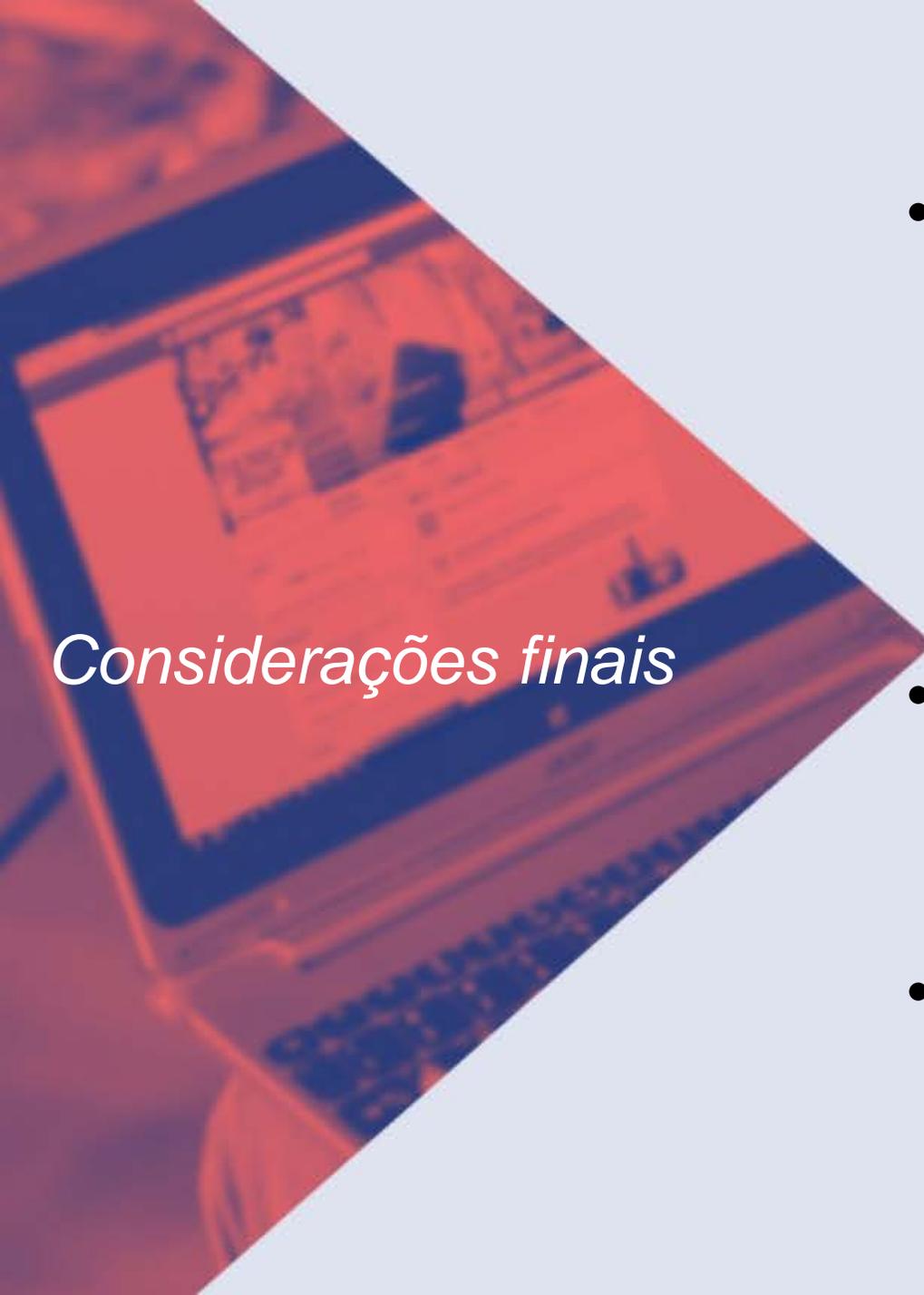


Análise comparativa entre prefeituras

O quadro seguinte apresenta a quantidade de postagens e, se, nestas houveram, ainda que uma vez, alguma resposta por parte dos usuários e, além disso, réplica do administrador da página da respectiva prefeitura:

Elemento/Órgão	Prefeitura de Manaus	Prefeitura de Curitiba
Postagens	22	32
Respostas à postagem	16	32
Réplicas a respostas	2	30

Deste quadro observamos que, em relação a prefeitura de Manaus, os usuários da *fanpage* da Prefeitura de Curitiba, em cada postagem, no período analisado, responderam a todas, ao menos uma vez, ou seja, a Prefeitura de Curitiba está tendo 100% de feedback ou retorno de suas postagens.



Considerações finais

- A **Prefeitura de Curitiba** consegue alternar inteligentemente os gêneros de **linguagem informativa, cômica, interativa e audiovisual** se forma a prover o usuário de diversas experiências comunicacionais, enquanto que a Prefeitura de Manaus apenas utiliza a linguagem informativa.
- Esse uso moderado da **linguagem cômica** feito pela Prefeitura de Curitiba torna suas postagens bastante atrativas para o público da internet.
- Preocupação da **Prefeitura de Curitiba** em dar resposta às respostas. Em retornar aos usuários após a manifestação dos mesmos, o que raramente aconteceu na página da Prefeitura de Manaus.



Referências Bibliográficas

Bremgartner, A. A. Monique. (2012). Monografia: Desmassificação dos Meios de Comunicação de Massa: Estudo comparativo entre a Indústria Cultural e a Terceira Onda de Alvin Toffler. Faculdade Martha Falcão, 2012.

Bueno, Wilson. (2003). Comunicação Empresarial -Teoria e Pesquisa. Barueri: Manole.

Castells, M. (2002). A Sociedade em Rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura. vol. 1. São Paulo: Paz e Terra

Lemos, André. (2008). Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea, Porto Alegre.

Lévy, Pierre. (1999). Cibercultura. São Paulo, Ed. 34. Ano: 1999.

Lévy, Pierre. (1994).As Tecnologias da Inteligência. Rio de Janeiro. Ed.34.

Michel, M.; Michel, J.;Porciúncula, C.G. (2013). Comunicação Organizacional, as redes sociais e seus desafios: afetos e emoções nesse contexto. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 36., 2013, Manaus. INTERCOM. Manaus: Editora, 2013. p.1 – 15.



Referências Bibliográficas

Oliveira, J. A. de. (2012). Comunicação Organizacional Crítica e a Teoria Crítica da Comunicação Organizacional. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira> - jair comunicacao - organizacional - critica.pdf >. Acesso em 23/04/2015.

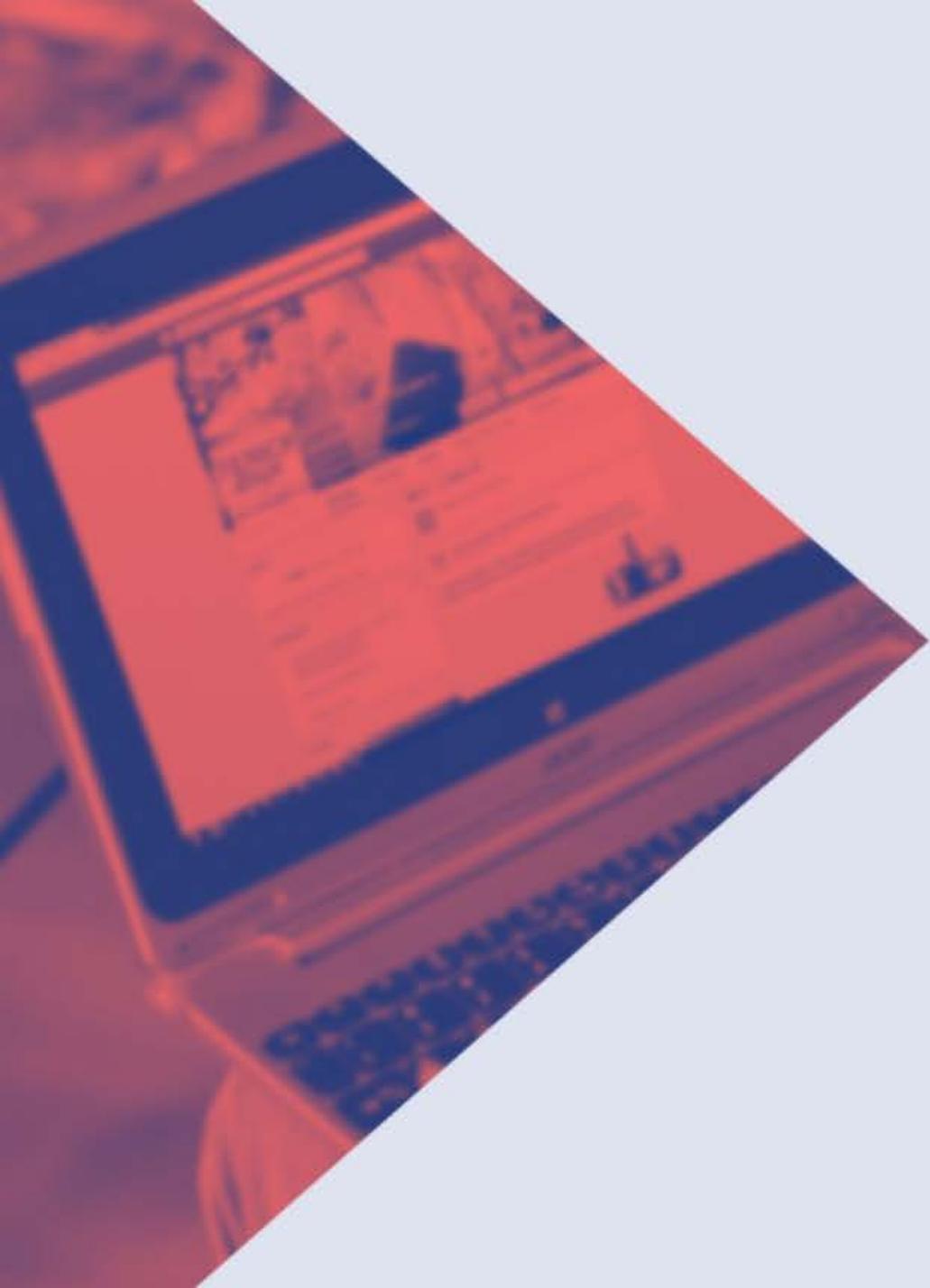
Piana, Ricardo Sebastián. (2007). Gobierno Electrónico: gobierno, tecnologías y reformas. La Plata: Univ. Nacional de La Plata, 2007.

Recuero, Raquel. (2009). Redes Sociais na internet. Porto Alegre – Coleção Cibercultura. P.191. Ano: 2009.

Santaella, Lucia. (2010). A relevância das comunidades virtuais na cultura organizacional. In. MARCHIORI, Marlene. Faces da cultura e da comunicação organizacional. Vol 2. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010. p. 167 - 182.

Santaella, Lúcia. Navegar no Ciberespaço. (2009). O perfil cognitivo do leitor imersivo. Ed. Paulus. 3ª Edição. São Paulo.

SANTOS, Janaína e HARMATA, Felipe. Análise de caso da Prefeitura de Curitiba – A relação entre humor e serviço público na comunicação em redes sociais. Intercom - XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Bauru-SP. 2013.



Obrigada!