

Entre posts e comunicação pública: uma análise do Instagram da Prefeitura de Salvador¹

Ada Ellen Martins dos Santos DAMASCENO²

Rodrigo Maurício Freire SOARES³

Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Salvador, BA

Resumo

Este estudo analisa as práticas de comunicação pública governamental utilizada pela Prefeitura de Salvador, com o foco nas estratégias do uso das mídias sociais, especificamente o Instagram. Para isso, foi realizada uma análise de conteúdo das postagens do *feed* do perfil oficial da Prefeitura de Salvador no Instagram durante o ano de 2024. A metodologia adotada é de natureza quantitativa e qualitativa, tratando-se de uma análise de conteúdo que inclui procedimentos de coleta e de tratamento dos dados abordagem a partir de critérios de inclusão/exclusão de postagens que integram o corpus. A partir dos resultados obtidos, podemos observar que o Instagram oficial da prefeitura, @prefsalvador, possui um grande alcance em termos de interação e engajamento, se propõe a realizar a função de comunicação pública com o uso das mídias digitais e tornar acessível às informações que são de interesse coletivo.

Palavras-chave: Comunicação Pública; Comunicação Governamental; Prefeitura de Salvador; Mídias digitais; Instagram

Introdução

A cidade de Salvador é reconhecida por sua pluralidade cultural, na música, teatro e dança. Lidar com esta imagem que é projetada pelos meios de comunicação é um desafio para as administrações municipais ao longo dos anos, sobretudo pelo risco em se ter “cidades” dentro da cidade, ou ainda, a projeção de uma cidade que se diferencia daquela vivenciada diariamente por seus moradores. O ponto central deste trabalho é a perspectiva dos cidadãos que interagem com a prefeitura em seus canais oficiais, tendo como foco principal o Instagram, os quais aparentemente, convivem com estas diferentes visões de cidade, em que o canal para

¹ Trabalho apresentado no Espaço Graduação, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Bacharela em Relações Públicas pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). E-mail: adaeldamasceno@gmail.com

³ Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia (POSCOM/UFBA), Professor do curso de Relações Públicas na Universidade do Estado da Bahia (UNEB). E-mail: rmsouares@uneb.br

comunicação pública confunde-se com o canal governamental com foco no turismo e infotainment.

A pesquisa teve como objetivo geral compreender de que modo o perfil da Prefeitura de Salvador no Instagram, durante o ano de 2024, desempenhou funções de comunicação pública (informação de interesse coletivo, prestação de contas, transparência e estímulo à participação), em contraste com estratégias de comunicação governamental voltadas à promoção da gestão (por meio de postagens com linguagem lúdica e de entretenimento).

A dimensão pública da comunicação

A comunicação pública inclui os modos de fazer da gestão pública em transmitir com transparência suas principais atividades e ações, deve contemplar as ferramentas que permitam a participação cidadã, garantam o acesso a informações necessárias e a construção de espaços para discussão e orientação de políticas públicas voltadas para o coletivo.

Pode-se compreender a comunicação governamental como parte integrante da comunicação pública, na medida em que envolve a produção e a circulação de informações por órgãos de governo em relação a políticas, serviços e ações institucionais. Entretanto, os modelos tradicionais que historicamente orientaram essa comunicação mostram-se tensionados pelas transformações sociais recentes, especialmente pela ampliação da participação coletiva e pela reconfiguração das formas de relação entre governo e cidadãos nas plataformas digitais. No caso de Salvador, o perfil oficial da Prefeitura no Instagram assume um papel híbrido, como vitrine simbólica da cidade e como canal de contato direto com o cidadão.

A presença da Prefeitura de Salvador no Instagram

No ano de 2023, o perfil oficial da Prefeitura de Salvador foi indicada em três categorias no Prêmio Social Media Gov,⁴ se tornando destaque nacional na premiação que reconhece as melhores práticas de comunicação pública governamental desenvolvidas por perfis de órgãos públicos do Brasil em redes sociais e a instituição pública mais indicada da premiação.

⁴ Com três indicações, Prefeitura de Salvador é destaque do Prêmio Social Media Gov de Comunicação Pública. Metro 1, 2023. Disponível em: <https://www.metro1.com.br/noticias/politica/133722,com-tres-indicacoes-prefeitura-de-salvador-e-destaque-do-premio-social-media-gov-de-comunicacao-publica>. Acesso em 20 nov. 2025

As estratégias e ações comunicação realizadas pela Prefeitura de Salvador nos últimos anos (2020 -2024), tem sido vital para que perfil oficial do Instagram ganhe visibilidade no ambiente online, não só conquistando um número considerável de seguidores, mas sendo reconhecida como um órgão público que fortalece o interesse público com campanhas, parcerias e na abordagem de questões que são relevantes para a população. O perfil do Instagram da prefeitura, o @prefsalvador, apresentou em novembro de 2025, 1.077.669 seguidores, com um total de 6.972 posts.

Métodos, procedimentos e resultados

Para essa pesquisa foi adotado como caminho metodológico a análise de conteúdo, técnica utilizada para sistematizar informações e conferir rigor ao exame de materiais empíricos. De acordo com Bardin (2011), a análise de conteúdo busca descrever de forma objetiva e sistemática o conteúdo das mensagens, permitindo tanto a categorização de grandes volumes de dados quanto a interpretação de seus sentidos no contexto em que foram produzidos.

Para garantir a consistência da classificação das postagens, foi elaborado o que a literatura sobre AC define como livro de códigos, o qual constitui-se na definição operacional de cada categoria. O livro de códigos funcionou, portanto, como um guia metodológico para organizar o corpus e reduzir a subjetividade na categorização, permitindo que os resultados reflitam de maneira mais fiel os padrões de comunicação adotados pela Prefeitura de Salvador em seu perfil no Instagram.

A análise das temáticas mais recorrentes das publicações do Instagram da Prefeitura de Salvador foi desenvolvida a partir da coleta de dados de todas as publicações postadas em seu perfil oficial no ano de 2024. Ao total, foram analisadas 907 publicações, sendo essas divididas em 6 categorias: Eventos/Datas comemorativas, informativo de utilidade pública, Parcerias /Comercial, Prestação de contas/Transparência, Turismo/ Lazer/ Agenda cultural e Valorização/ Humor/ Interação. As postagens foram tabuladas em uma planilha de Excel de modo a possibilitar o cálculo da frequência absoluta e relativa de cada categoria, além da medição de indicadores de engajamento (curtidas e comentários).

A investigação combinou, portanto, uma dimensão quantitativa descritiva expressa em tabelas e gráficos e uma dimensão interpretativa. Foram analisados gráficos e tabelas divididas em números de postagens por mês no ano de 2024, o *Ranking* das 20 Postagens com mais comentários, e das 20 Postagens com mais curtidas e o número de postagens por categoria, com frequência absoluta e relativa de cada uma, como na tabela a seguir:

Tabela 1 - Postagens agrupadas por categorias

Categorias	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
1. Valorização/Humor/Interação	248	27,3%
2. Informativo de utilidade pública	244	26,9%
3. Prestação de contas/ Transparência	181	20,0%
4. Eventos/Datas comemorativas	116	12,7%
5. Turismo/Lazer/Agenda cultural	91	10,1%
6. Parcerias /Comercial	27	3,0%
Total	907	100,0%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados do perfil @prefsalvador

A pesquisa correlacionou os dados dos gráficos, analisando a frequência de postagens de janeiro a dezembro, os números de curtidas e comentários, ao total a Prefeitura de Salvador obteve um total de 7.657.447 (mais de sete milhões) de curtidas e 200.765 comentários e por fim, a porcentagem de postagens por categoria organizados em uma classificação.

Considerações finais

Na pesquisa em questão, foi feita uma análise de conteúdo das principais temáticas apresentada pela Prefeitura de Salvador, seu papel como produtor e portador de informações e questões pertinentes à população, para que sejam atendidas mediante políticas públicas viáveis, com planejamento correto de ações que satisfaçam as suas reivindicações individuais e coletivas.

Inicialmente, antes de uma análise detalhada, existia uma ideia preexistente da predominância de um conteúdo mais humorístico, com o proposito unicamente de divertir os usuários, deixando de lado a seriedade e complexidade que uma instituição pública precisa ter para abordar assuntos importantes para a população. Porém, a partir dos dados obtidos foi

possível observar que as categorias “Informativo de utilidade pública” e “Prestação de contas/Transparência” possuem uma grande parte da frequência de postagens feitas pela Prefeitura de Salvador, ficando atrás somente da categoria “Valorização/ Humor/ Interação”, o que demonstra uma devida preocupação em atender as funções da comunicação pública, mesmo com a tendência em priorizar o conteúdo voltado ao humor e entretenimento, como estratégia de engajamento e visibilidade.

Portanto, na medida em que a informação é repassada de forma mesclada à noção de entretenimento, temos no jornalismo uma categoria de estudos denominada "infotainment". Poderíamos chegar à conclusão de que estamos diante de um “Infotainment Governamental”? Considerando que as instituições públicas utilizam as plataformas digitais para disseminar informações de utilidade pública utilizando recursos visuais atraentes e o humor para atrair cada vez mais os públicos de interesse, essa é uma questão que aparentemente ganha força ao fim desta investigação.

Referências

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. 1. ed. rev. e ampl. São Paulo: Edições 70, 2011

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Sobre o conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 1–18.

DUARTE, Jorge. Comunicação pública. Texto a ser publicado em: LOPES, Boanerges (Org). Gestão da Comunicação Empresarial: teoria e técnica. São Paulo: Mauad, 2007.

KRIPPENDORFF, Klaus. Content analysis: an introduction to its methodology. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2004.

MAINIERI, Tiago; RIBEIRO, Eva. A comunicação pública como processo para o exercício da cidadania: o papel das mídias sociais na sociedade democrática. *Organicom*, ano 8. Número 14, 1º semestre de 2011.

Salvador tem o maior número de interações nas redes sociais entre todas as prefeituras do Brasil 2023. *Brado jornal*, 2024. Disponível em: https://www.bradojornal.com/noticias/salvador/2024/02/07/salvador-tem-o-maior-numero-de-interacoes-nas-redes-sociais-entre-todas-as-prefeituras-do-brasil-em-2023/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 21 nov. 2025