

REDES SOCIAIS INSTITUCIONAIS NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA PARA A PROTEÇÃO ANIMAL: RELATO DE EXPERIÊNCIA DA EQUIPE DE COMUNICAÇÃO DA SEBEM DE PALMAS (TO)

INSTITUTIONAL SOCIAL MEDIA IN PUBLIC
COMMUNICATION FOR ANIMAL PROTECTION: AN
EXPERIENCE REPORT FROM THE COMMUNICATION
TEAM OF SEBEM IN PALMAS, TOCANTINS, BRAZIL

Fernanda Roberta Leme

Assessora Especial de Comunicação da Secretaria Municipal de Proteção e Bem-Estar Animal de Palmas-TO.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3306676318456079>

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-8028-1205>

E-mail: fernandalemebr@gmail.com

Resumo: A ampliação do uso das redes sociais digitais tem transformado significativamente as estratégias de comunicação pública, especialmente em áreas que demandam mobilização social, educação cidadã e fortalecimento da relação entre instituições e população. Nesse contexto, a proteção animal passou a ocupar espaço crescente na agenda pública, exigindo dos órgãos governamentais novas formas de interação, sensibilização e prestação de informações à sociedade. O presente trabalho tem como objetivo relatar a experiência da Equipe de Comunicação da Secretaria Municipal de Proteção e Bem-Estar Animal de Palmas (SEBEM) na utilização das redes sociais institucionais como ferramenta de comunicação pública voltada à proteção animal, no período de abril de 2025 a abril de 2026. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva, do tipo relato de experiência, construída a partir da observação das práticas comunicacionais desenvolvidas pela secretaria e da análise de indicadores de desempenho das publicações nas plataformas digitais. Os resultados evidenciam que as redes sociais atuaram como importantes canais de aproximação entre poder público e população, ampliando o alcance das ações institucionais, fortalecendo a divulgação de serviços públicos, promovendo a conscientização sobre proteção animal e estimulando o engajamento social em torno da causa. Observou-se, ainda, elevada capacidade de disseminação dos conteúdos para além da base de seguidores do perfil institucional, indicando o potencial das mídias digitais para a ampliação da visibilidade das políticas públicas voltadas ao bem-estar animal.

Palavras-chave: Comunicação pública. Redes sociais digitais. Proteção animal. Comunicação institucional. Engajamento social.

Abstract: The expansion of digital social media has significantly transformed public communication strategies, particularly in areas that require social mobilization, civic education, and the strengthening of relationships between institutions and citizens. In this context, animal protection has gained increasing prominence on the public agenda, requiring government agencies to develop new forms of interaction, public awareness, and information dissemination. This study aims to report the experience of the Communication Team of the Municipal Department of Animal Protection and Welfare of Palmas (SEBEM) in the use of institutional social media as a public communication tool for animal protection between April 2025 and April 2026. The study adopts a qualitative and descriptive approach through an experience report based on the observation of communication practices developed by the department and the analysis of performance indicators from publications on digital platforms. The findings indicate that social media served as important channels for strengthening communication between government and citizens, expanding the reach of institutional actions, increasing the visibility of public services, promoting awareness about animal protection, and encouraging social engagement with the cause. The results also reveal a significant capacity to disseminate content beyond the institution's follower base, highlighting the potential of digital media to enhance the visibility of public policies related to animal welfare.

Keywords: Public communication. Digital social media. Animal protection. Institutional communication. Social engagement.

Introdução

Nas últimas décadas, as redes sociais digitais consolidaram-se como importantes espaços de circulação de informações, interação social e participação cidadã, transformando significativamente as práticas de comunicação adotadas por instituições públicas. No âmbito da comunicação pública, essas plataformas passaram a desempenhar papel estratégico na aproximação entre Estado e sociedade, ampliando as possibilidades de diálogo, transparência e disseminação de informações de interesse coletivo.

No campo da proteção animal, esse cenário assume relevância particular diante da complexidade dos desafios enfrentados pelos municípios brasileiros. Questões como abandono, maus-tratos, reprodução descontrolada de cães e gatos e conservação da fauna frequentemente mobilizam a opinião pública e geram intenso debate nas plataformas digitais. Ao mesmo tempo, a circulação acelerada de informações e a elevada carga emocional associada à causa animal exigem das instituições públicas estratégias comunicacionais capazes de informar, sensibilizar e engajar a população.

Nesse contexto, as redes sociais passaram a constituir não apenas canais de divulgação institucional, mas também espaços de construção de narrativas, mobilização social e fortalecimento de políticas públicas voltadas ao bem-estar animal. A utilização desses ambientes digitais permite ampliar o alcance das ações governamentais, promover a conscientização da população e estimular a participação cidadã em iniciativas relacionadas à proteção animal.

Foi nesse cenário que a Secretaria Municipal de Proteção e Bem-Estar Animal de Palmas (SEBEM) intensificou sua atuação nas redes sociais institucionais, adotando estratégias de comunicação voltadas à divulgação de serviços públicos, conscientização sobre guarda responsável, enfrentamento aos maus-tratos, incentivo à adoção e promoção das ações desenvolvidas pela pasta. A experiência acumulada ao longo desse processo evidenciou o potencial das plataformas digitais como instrumentos de comunicação pública e engajamento social em torno da causa animal.

Diante desse contexto, o presente trabalho tem como objetivo relatar a experiência da Equipe de Comunicação da Secretaria Municipal de Proteção e Bem-Estar Animal de Palmas (SEBEM) na utilização das redes sociais institucionais como ferramenta de comunicação pública voltada à proteção animal, analisando seu potencial de mobilização social, disseminação de informações e fortalecimento das políticas públicas desenvolvidas pela secretaria.

Metodologia

O presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, de natureza descritiva, desenvolvida na modalidade relato de experiência. Essa abordagem foi adotada por possibilitar a descrição e a reflexão crítica acerca das práticas comunicacionais implementadas no âmbito da gestão pública municipal voltada à proteção e ao bem-estar animal.

A análise foi construída a partir da experiência profissional e da observação participante da Equipe de Comunicação da Secretaria Municipal de Proteção e Bem-Estar Animal de Palmas (SEBEM), considerando as ações desenvolvidas entre abril de 2025 e abril de 2026. Durante esse período, foram observadas as estratégias de comunicação empregadas nas redes sociais institucionais, incluindo a divulgação de serviços públicos, campanhas educativas, ações de proteção animal, atividades de controle populacional, combate aos maus-tratos, proteção da fauna e incentivo à adoção responsável.

Para complementar a análise qualitativa, foram utilizados indicadores de desempenho disponibilizados pela plataforma Meta, por meio das ferramentas de monitoramento do Instagram institucional da SEBEM. Foram analisadas métricas mensais referentes ao período estudado, incluindo número de visualizações, alcance dos conteúdos, percentual de usuários não seguidores alcançados pelas publicações e crescimento da base de seguidores do perfil institucional.

Além disso, procedeu-se à análise das dez publicações no formato *Reels* que apresentaram maior número de visualizações durante o período analisado. As publicações foram classificadas de acordo com sua temática principal, contemplando categorias como controle populacional, combate aos maus-tratos, proteção da fauna, adoção responsável e divulgação de eventos. Para

cada publicação, foram observados indicadores de desempenho, tais como visualizações, curtidas, comentários, compartilhamentos, compartilhamentos por mensagem direta e salvamentos.

A articulação entre a observação participante e os indicadores de desempenho das plataformas digitais permitiu identificar padrões de engajamento, alcance e interação do público com os conteúdos produzidos pela secretaria. Dessa forma, a experiência relatada busca compreender o potencial das redes sociais institucionais como instrumentos de comunicação pública, mobilização social e fortalecimento das políticas públicas voltadas à proteção animal.

Comunicação Pública Digital, Storytelling e Narrativas Afetivas na Proteção Animal

A consolidação das redes sociais digitais alterou profundamente a forma como as instituições públicas passaram a se relacionar com a população. A comunicação pública deixou de funcionar apenas como espaço de divulgação institucional e passou a ocupar também um lugar de interação, construção simbólica, circulação de sentidos e participação cidadã. Nesse contexto, as plataformas digitais ampliaram as possibilidades de diálogo entre Estado e sociedade, permitindo maior aproximação com os públicos e fortalecendo a disseminação de informações de interesse coletivo.

Segundo Duarte (2009), a comunicação pública deve estar centrada no cidadão e comprometida com o interesse público, ultrapassando a lógica meramente informativa para promover interlocução, participação e acesso qualificado às informações. O autor destaca que a comunicação pública envolve não apenas a transmissão de conteúdos institucionais, mas também a construção de processos comunicacionais capazes de aproximar instituições e sociedade.

No ambiente digital, essas transformações tornaram-se ainda mais evidentes. As redes sociais passaram a constituir espaços de produção colaborativa de informações, interação em tempo real e mobilização social, modificando a dinâmica tradicional da comunicação institucional. Para Recuero (2009), as redes sociais digitais ampliam a circulação de conteúdos e potencializam processos de visibilidade, engajamento e formação de vínculos sociais, permitindo que determinadas pautas alcancem níveis elevados de repercussão e compartilhamento.

Essa dinâmica dialoga com a perspectiva de Castells (1999), segundo a qual a sociedade contemporânea é estruturada em redes de informação capazes de potencializar a circulação de conteúdos, a formação de comunidades de interesse e a mobilização social em torno de causas específicas.

No campo da proteção animal, esse cenário assume características particulares devido ao forte componente emocional associado às situações de abandono, maus-tratos, resgate e adoção. A circulação de conteúdos relacionados à causa animal frequentemente mobiliza sentimentos de empatia, indignação, solidariedade e pertencimento, elementos que contribuem para ampliar o alcance das publicações e estimular formas de participação social mediadas pelas plataformas digitais.

Outro aspecto fortemente observado durante o período analisado foi o uso do *storytelling* como estratégia de aproximação entre população e animais acolhidos pela secretaria. Conforme Bruner (1991), a narrativa desempenha papel fundamental na organização das experiências humanas e na construção de significados sobre a realidade. A partir dessa perspectiva, a divulgação de histórias individuais dos animais atendidos pela Secretaria Municipal de Proteção e Bem-Estar Animal de Palmas (SEBEM) permitiu transformar informações institucionais em experiências comunicacionais mais próximas do público, favorecendo processos de sensibilização social e engajamento em torno da causa animal.

Ao apresentar trajetórias de resgate, recuperação e adoção, as publicações deixaram de comunicar apenas dados objetivos sobre os serviços prestados pela secretaria e passaram a construir narrativas capazes de gerar identificação emocional entre os usuários. Nesse sentido, o *storytelling* funcionou como ferramenta de humanização da comunicação institucional, contribuindo para ampliar a visibilidade das ações desenvolvidas pelo órgão e fortalecer a relação simbólica entre população, animais acolhidos e políticas públicas de proteção animal.

Observou-se, ainda, que conteúdos estruturados a partir de narrativas afetivas apresentaram elevado potencial de alcance, compartilhamento e interação nas plataformas digitais. Tal

comportamento sugere que a mobilização do público nas redes sociais não ocorre apenas pela disponibilização de informações, mas também pela capacidade das narrativas de atribuir significado social às experiências retratadas, transformando casos individuais em elementos de sensibilização coletiva e engajamento cidadão.

Engajamento emocional e narrativas afetivas

A experiência desenvolvida pela equipe de Comunicação da Secretaria Municipal de Proteção e Bem-Estar Animal de Palmas (SEBEM) ao longo do período analisado evidenciou que a comunicação voltada à proteção animal, no ambiente das redes sociais digitais, ultrapassa a simples divulgação de campanhas, serviços e ações institucionais. As plataformas digitais consolidaram-se como espaços de interação direta com a população, recepção de demandas, construção de vínculos e mobilização social em torno da causa animal.

Observou-se que o interesse da população pelas pautas relacionadas ao bem-estar animal gerava fluxo contínuo de mensagens, denúncias, solicitações de resgate, pedidos de orientação e manifestações de apoio às ações desenvolvidas pela secretaria. Em diversos momentos, o volume de interações superou a capacidade de resposta imediata da equipe de comunicação, evidenciando tanto a relevância social do tema quanto o papel assumido pelas redes sociais como canal de interlocução entre poder público e cidadãos.

A análise das publicações de maior alcance revelou que o interesse do público não se concentrou em uma única área específica, mas sim, conforme demonstrado na Tabela 1, nas publicações que abordaram diferentes temáticas vinculadas à proteção animal, com destaque para ações de controle populacional, que corresponderam a cinco das dez publicações mais visualizadas durante o período analisado. Também figuraram entre os conteúdos de maior alcance publicações relacionadas ao combate aos maus-tratos, à adoção responsável e à proteção da fauna.

Tabela 1. Desempenho das dez publicações de maior alcance da SEBEM no Instagram por categoria temática (abril de 2025 a abril de 2026).

CATEGORIA TEMÁTICA	VISUALIZAÇÕES	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	COMPARTILHAMENTOS	COMPARTILHAMENTOS POR MENSAGEM DIRETA	SALVAMENTOS
Fauna	39.144	1300	70	**1	228	24
Maus-tratos	28.183	697	44	18	58	6
Castração	26.469	854	89	36	261	20
Castração	25.395	747	50	40	329	36
Maus- tratos	25.259	763	55	48	59	37
Adoção Responsável	24.187	1100	60	**2	126	10
Castração	19.698	345	58	28	132	10
Castração	19.454	684	46	16	98	4
Adoção Responsável	18.528	677	47	1	22	4
Castração	18.095	239	47	18	108	6

Fonte: Elaborado pela autora com base em dados do Meta Business Suite da SEBEM (2025–2026).

Os resultados sugerem que a população demonstra elevado interesse por informações relacionadas aos serviços públicos ofertados pela secretaria, especialmente aqueles que produzem impactos diretos na saúde animal e no controle populacional de cães e gatos. As publicações sobre castração apresentaram não apenas elevado número de visualizações, mas também expressivos

1 Métrica não existente na data da publicação.

2 Métrica não existente na data da publicação.

índices de compartilhamento por mensagem direta, indicando que os usuários atuaram como disseminadores das informações em suas próprias redes de contato.

Observou-se ainda que conteúdos relacionados a maus-tratos e adoção responsável mantiveram níveis elevados de alcance e interação, evidenciando a capacidade dessas temáticas de mobilizar aspectos emocionais associados à empatia, à proteção e ao cuidado com os animais. Tal comportamento sugere que conteúdos estruturados a partir de narrativas de sofrimento, cuidado e superação possuem maior potencial de mobilização emocional, favorecendo o compartilhamento e a interação dos usuários nas plataformas digitais.

Esses resultados dialogam com a perspectiva de Bruner (1991), para quem as narrativas constituem importantes mecanismos de atribuição de significado à realidade social, permitindo que experiências individuais sejam compreendidas e compartilhadas coletivamente.

Já a publicação relacionada à fauna registrou o maior número de visualizações entre todas as analisadas, alcançando 39.144 visualizações, o que demonstra o potencial de engajamento de conteúdos voltados à conservação e proteção da vida silvestre.

Crescimento da audiência e alcance das publicações institucionais

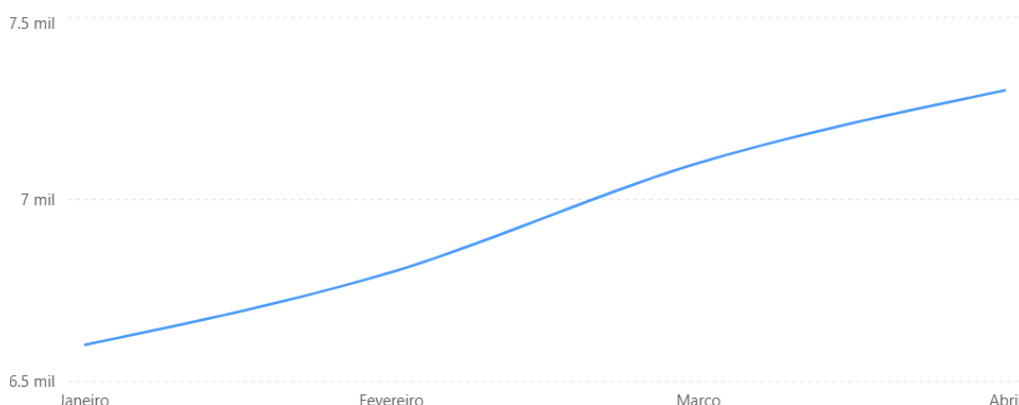
Os resultados observados durante o período analisado evidenciam o potencial das redes sociais institucionais como instrumentos de comunicação pública voltados à proteção animal. A análise dos indicadores de desempenho do perfil da Secretaria Municipal de Proteção e Bem-Estar Animal de Palmas (SEBEM) demonstrou crescimento contínuo da presença digital da instituição, bem como elevada capacidade de alcance para além do público já vinculado ao perfil oficial.

Conforme apresentado no Gráfico 1, o número de seguidores do perfil institucional apresentou crescimento progressivo entre janeiro e abril de 2026, passando de 6,6 mil para 7,3 mil seguidores. O aumento de aproximadamente 10,6% em apenas quatro meses sugere ampliação do interesse da população pelos conteúdos produzidos pela secretaria e fortalecimento da presença institucional nas plataformas digitais.

Gráfico 1. Crescimento do perfil institucional da SEBEM no Instagram entre janeiro e abril de 2026.

Crescimento do perfil institucional da SEBEM no Instagram

Número de seguidores entre janeiro e abril de 2026.



Fonte: Elaborado pela autora com base em dados do Meta Business Suite (2026).

Embora o período de observação tenha compreendido abril de 2025 a abril de 2026, os dados consolidados de crescimento da base de seguidores foram analisados para o intervalo entre janeiro e abril de 2026, período dos indicadores disponibilizados pela plataforma.

Além do crescimento da base de seguidores, observou-se elevada capacidade de disseminação dos conteúdos para públicos externos ao perfil institucional. Os dados disponibilizados pelo Meta indicaram que mais de 60% das visualizações registradas no período analisado foram realizadas

por usuários que não seguiam a página da secretaria. Esse resultado evidencia significativo alcance orgânico das publicações e sugere que os conteúdos produzidos possuíam potencial de circulação para além da audiência já consolidada, ampliando a visibilidade das ações, serviços e políticas públicas desenvolvidas pelo órgão.

A experiência da SEBEM Palmas apresenta caráter original ao integrar narrativas afetivas com indicadores digitais de desempenho, configurando um modelo inovador de comunicação pública voltada à proteção animal. Essa combinação de *storytelling* e métricas de engajamento não é comum em práticas institucionais tradicionais, o que reforça a singularidade do caso estudado. Além disso, demonstra que estratégias comunicacionais baseadas em emoção e dados podem ser replicadas em diferentes contextos municipais, especialmente em áreas que demandam mobilização social e participação cidadã.

Considerações Finais

A experiência desenvolvida pela Equipe de Comunicação da Secretaria Municipal de Proteção e Bem-Estar Animal de Palmas (SEBEM) evidenciou que as redes sociais institucionais constituem ferramentas estratégicas para a implementação e o fortalecimento das políticas públicas de proteção animal. Mais do que canais de divulgação de ações governamentais, essas plataformas consolidaram-se como espaços de diálogo, sensibilização social, disseminação de informações e mobilização cidadã em torno da causa animal.

Os resultados observados demonstraram que a presença institucional nas redes sociais contribuiu significativamente para ampliar a visibilidade das ações desenvolvidas pela secretaria, promover o acesso da população a serviços públicos, fortalecer campanhas educativas e estimular o engajamento em pautas relacionadas à proteção e ao bem-estar animal. O crescimento contínuo do perfil institucional, aliado ao elevado percentual de visualizações provenientes de usuários não seguidores, evidencia a capacidade das mídias digitais de expandir o alcance das mensagens para além da audiência diretamente vinculada aos canais oficiais.

A análise das publicações de maior desempenho revelou ainda que conteúdos relacionados à castração, ao combate aos maus-tratos, à adoção responsável e à proteção da fauna despertam elevado interesse público, especialmente quando associados a narrativas capazes de gerar identificação emocional, empatia e sentimento de participação. Nesse contexto, as estratégias de comunicação baseadas em *storytelling* mostraram-se importantes instrumentos para aproximar a população das políticas públicas e das ações desenvolvidas pela secretaria.

A experiência da SEBEM Palmas revela originalidade ao articular narrativas afetivas com métricas digitais, configurando um modelo inovador de comunicação pública. Essa abordagem pode ser replicada em diferentes contextos municipais, especialmente em áreas que demandam mobilização social e engajamento cidadão.

Diante dos resultados apresentados, conclui-se que a atuação consistente e planejada nas redes sociais deve ser compreendida como componente essencial das políticas de proteção animal na contemporaneidade. Em um cenário marcado pela intensa circulação de informações e pela crescente influência das plataformas digitais na formação da opinião pública, a comunicação institucional torna-se ferramenta indispensável para conscientizar a sociedade, ampliar a participação cidadã e fortalecer a efetividade das ações voltadas à defesa e ao bem-estar dos animais.

Por fim, a experiência relatada sugere que investimentos em comunicação pública digital não devem ser compreendidos como ações acessórias à gestão da causa animal, mas como elementos estratégicos capazes de potencializar o alcance, a legitimidade e o impacto social das políticas públicas de proteção animal.

Referências

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceitos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 1-33.

BRUNER, Jerome. The narrative construction of reality. **Critical Inquiry**, Chicago, v. 18, n. 1, p. 1-21, 1991.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 1-33.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

