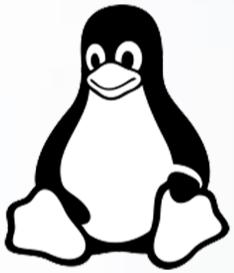
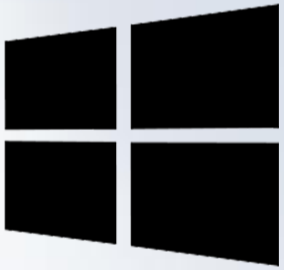
Redes-eGov

A CULTURA É UM SISTEMA OPERACIONAL





E PODE SER ATUALIZADA.

Em 2013, a Prefeitura de Curitiba inaugura um departamento de internet e mídias sociais.

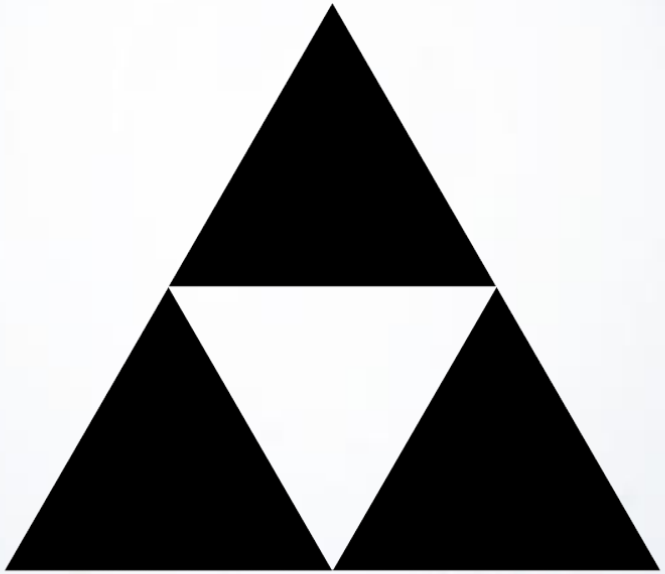
A premissa básica da equipe é separar dois tipos distintos de comunicação:

CIDADE/CIDADÃO

POLÍTICO/ELEITOR

A comunicação entre cidade e cidadão tem três finalidades:

EDUCAÇÃO



CIDADANIA

SERVIÇO

EDUCAÇÃO

Promover práticas que sejam benéficas ao cidadão no nível individual.

CIDADANIA

Prefeitura de Curitiba
Organização Governamental · 466.629 curtidas ·
15 de abril de 2014 ·

Perfil

Nossa cidade não merece ser pichada.

A cada ano a Prefeitura de Curitiba gasta cerca de R$ 1 milhão, além dos custos operacionais, na recuperação do patrimônio público alvo de pichações. A população pode ajudar a reverter esta situação, denunciando a ação de pichadores e vândalos.

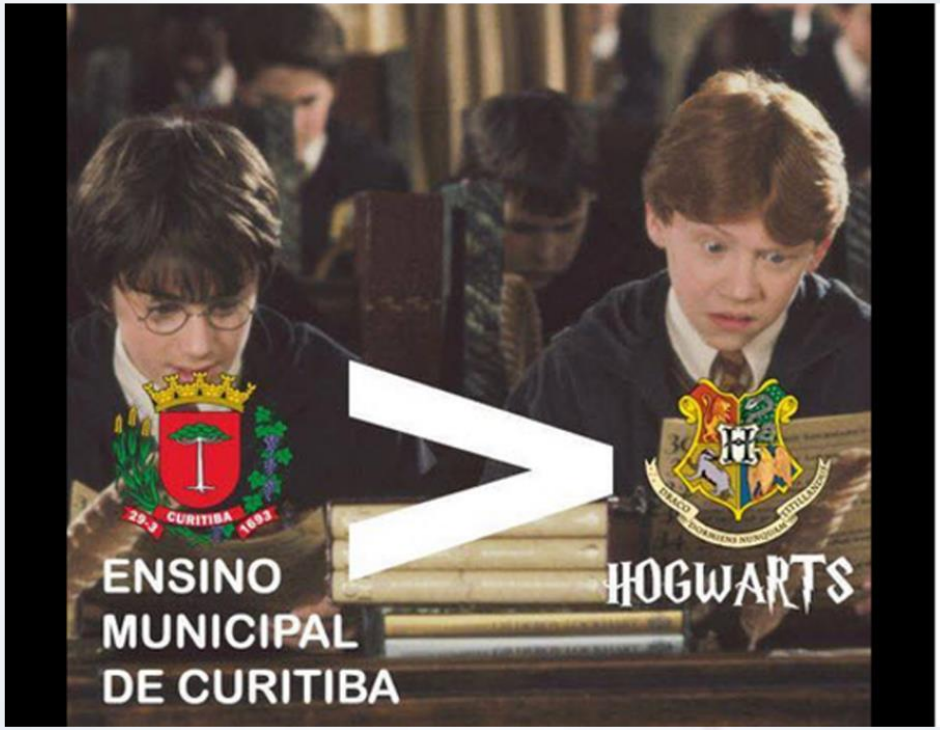
Denuncie ligando para a Guarda Municipal pelo telefone 153.

Compartilhar · 2.617 272 637

Promover práticas que sejam benéficas ao cidadão no nível coletivo.

SERVIÇO

Promover os serviços públicos oferecidos ao cidadão.



Prefeitura de Curitiba
Page Liked · August 10 · Edited ·

A rede municipal de ensino de Curitiba é muito melhor do que o de Hogwarts.

Hogwarts já foi casa de um basilisco. Nunca vimos isso por aqui.
Hogwarts já foi atacada por dementadores várias vezes. Também nunca tivemos relato disso.
Hogwarts até já foi campo de batalha entre o bem e o mal. Até onde se sabe, Curitiba não tem registros de Avada Kedavra.

O Ministério da Educação concorda com a gente. Tanto que 5 das 15 escolas de redes municipais das capitais brasileiras com melhor colocação no Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb) são de Curitiba.

Superamos Hogwarts, mas não estamos satisfeitos com isso. Queremos melhorar mais e, a partir do ano que vem, vamos investir 30% do nosso orçamento em educação.

Dumbledore que nos desculpe ¯_(ツ)_/¯

CURTO PRAZO

As sete estratégias a seguir foram desenvolvidas e executadas a partir de 2013 e podem trazer efeito a curto prazo, como sugere o estudo Gobernauta.

Em 2014, um ano após a criação do Departamento de Internet e Mídias Sociais, um estudo financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento já apontava a página da Prefeitura de Curitiba no Facebook como o segundo maior perfil oficial de um município em todo o continente. A base de seguidores instalada na data do estudo chegaria a 846.468 pessoas até o final de 2016.

GOBERNAUTA

PERFIL DE LOS GOBERNANTES LATINOAMERICANOS EN REDES SOCIALES

CIUDAD	FAN PAGE CIUDAD	LIKES
Buenos Aires	https://www.facebook.com/GCBA	708 429
Curitiba	https://www.facebook.com/PrefsCuritiba	490 937
Manaus	https://www.facebook.com/prefeituradamanaus	195 490
Maceió	https://www.facebook.com/PrefeituraDeMaceio	186 099
Ciudad de México	https://www.facebook.com/GobiernoDistritoFederal?fref=ts	147 574
León	https://www.facebook.com/municipio.leon	147 147
Recife	https://www.facebook.com/prefeituradorecife	141 317
Guayaquil	https://www.facebook.com/alcaldiaguayaquil	138 559
Rio de Janeiro	https://www.facebook.com/PrefeituradoRio	128 438
São Luís	https://www.facebook.com/PrefeituraDeSaoLuis	116 384
Lima	https://www.facebook.com/MuniLima	115 510
Brasilia	https://www.facebook.com/govdf	109 870
Fortaleza	https://www.facebook.com/PrefeituradeFortaleza	100 056
Ciudad de Guatemala	https://www.facebook.com/muniguate	97 819
Santos	https://www.facebook.com/PrefeituraSantos	91 814
Natal	https://www.facebook.com/prefeituradonatal	88 468
Medellín	https://www.facebook.com/AlcaldiadeMed	85 975
La Paz	https://www.facebook.com/MunicipioLaPaz	84 098

ESTRATÉGIA #01

Buscar diálogos já existentes no ambiente social digital e encontrar um ponto de intercessão entre esses diálogos e a pauta da instituição.

Em julho de 2015, a foto da mexerica embalada com plástico e isopor virou meme e criou um diálogo em torno de si. A Prefeitura de Curitiba resolveu entrar na conversa com um post sobre consumo consciente, tema no qual a cidade já vinha trabalhando, com o objetivo de reduzir o volume total do lixo gerado pelos seus 1,8 milhão de habitantes.

Alcance: 4.474.880
Compartilhamentos: 20.032

https://www.facebook.com/PrefsCuritiba/posts/919566751420463:0

ESTRATÉGIA #02

Para atingir um público específico, vale usar uma referência cultural que ele conhece.

Em novembro de 2014, a Prefeitura de Curitiba precisava informar os pais de crianças pequenas que uma campanha de vacinação estava em andamento. Para isso, a Prefeitura usou um ícone cultural reconhecido por esse público específico. Com essa abordagem foi possível atingir mais de quatro milhões de pessoas sem gastar um centavo na compra de mídia.

Prefeitura de Curitiba

Publicado por Alvaro Borba [?] · 12 de novembro de 2014 · Editado ·

Por decreto, a Galinha Pintadinha está banida de nossos Centros de Educação Infantil. A medida visa proteger a saúde mental de educadores.

Sabe-se que as músicas desse personagem tendem a ser executadas repetidas vezes pelas crianças, o que pode se um fator de stress para alguns adultos ao redor.

Brincadeirinha, a galinha é inofensiva! Agora que temos sua atenção, informamos que a vacinação contra a poliomielite e o sarampo vai até o dia 28 de novembro nas 109 unidades de saúde de Curitiba.

Alcance: 4.016.126
Compartilhamentos: 16.930

https://www.facebook.com/PrefsCuritiba/posts/792949614082178:0

ESTRATÉGIA #03

Se uma mensagem é consensual e sem impacto, uma estética disruptiva a ajudará a não ser ignorada.

A série de postagens "O Universo Conspira a Favor" veio para divulgar mensagens educativas que, por serem consensuais, têm um poder limitado de gerar diálogo e engajamento em torno de si mesmas. Usando uma estética disruptiva, essa limitação é superada.

Alcance: 4.533.093
Compartilhamentos: 17.930

https://www.facebook.com/PrefsCuritiba/posts/1005149126195558:0

ESTRATÉGIA #04

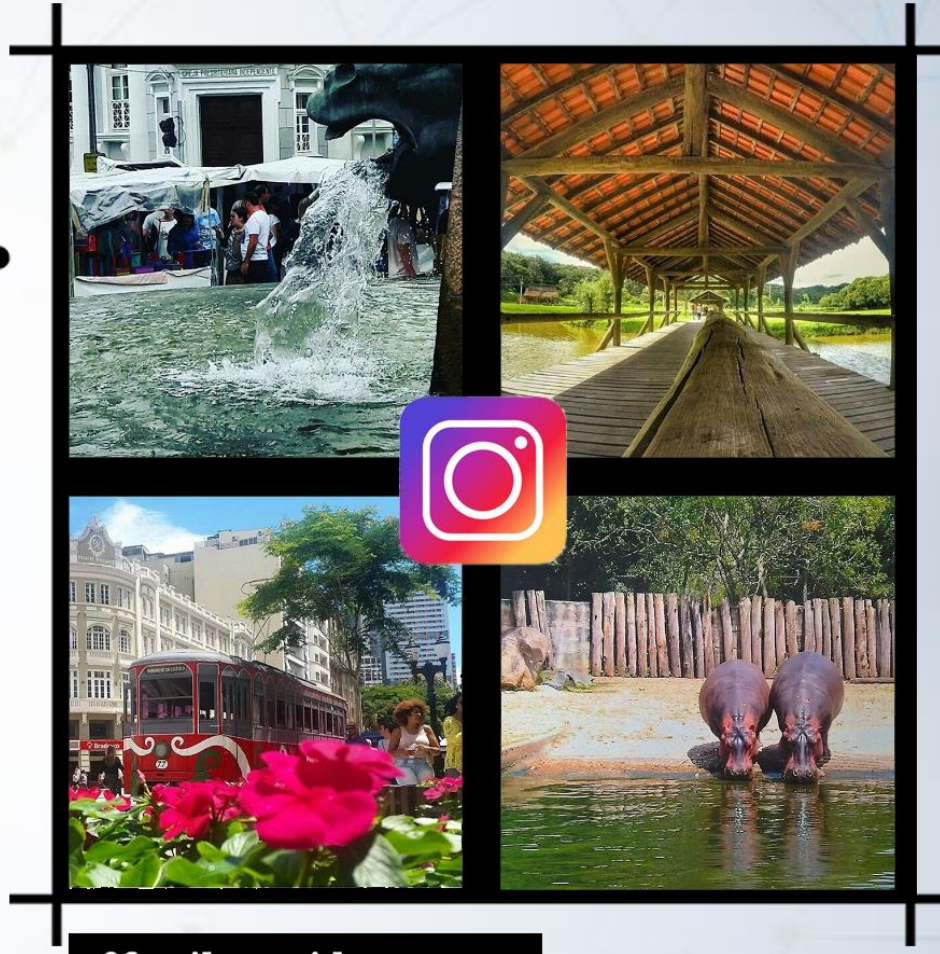
Dúvida gera intesse.
Interesse gera interação.
Interação gera visibilidade.

Quando a Prefeitura de Curitiba usou seus canais sociais para falar da ameaça de uma capivara gigante, a cidade se viu diante de um mistério.
A dúvida gerou interesse, o interesse gerou interação e a interação gerou visibilidade. Dias depois da primeira postagem, a iniciativa revelou seu objetivo: promover a Corrente Cultural; evento que oferece atrações gratuitas nas ruas da cidade. O sucesso foi tão grande que a capivara virou uma linha de produtos e passou a ser considerada o mascote informal de Curitiba.

ESTRATÉGIA #05

A internet é generosa.

O Instagram da Prefeitura de Curitiba vive do conteúdo oferecido pelos usuários.Todos os dias, a conta lança um desafio fotográfico e faz uma curadoria das melhores imagens recebidas. Eventualmente, a Prefeitura usa essa vasta produção fotográfica para promover seus serviços e compõe peças publicitárias com o material visual que lhe é oferecido.



92 mil seguidores
182.487 fotos recebidas

https://www.instagram.com/curitiba_pmc/

ESTRATÉGIA #06

Lavar a roupa suja em casa sai mais barato.

Em março de 2015, a imagem de uma araucária cortada viralizava nas redes. Como a araucária é um ícone identificador da região, o conteúdo tinha alto valor simbólico e era especialmente tóxico para a reputação da Prefeitura de Curitiba. A escolha foi por incorporar esse conteúdo ao canal oficial, confiando na máxima popular e na percepção de que a lógica de funcionamento das redes sociais digitais estabelece a transparência como compulsória para corporações públicas e privadas.

Prefeitura de Curitiba
Publicado por Alvaro Borba [?] · 30 de março de 2015 ·

Algumas das pessoas que viram essa foto nos procuraram para denunciar o que entenderam ser um crime ambiental. Nós agradecemos o interesse de todas elas pela cidade, mas precisamos esclarecer alguns pontos. Em primeiro lugar:

Sim, a araucária da foto foi cortada com autorização da Prefs.

Nossos técnicos analisaram a situação da araucária com muito cuidado e perceberam que a base do tronco estava comprometida internamente. Além disso, a árvore já estava se inclinando, pronta para cair sobre a rua.

Ao autorizar o corte, a Prefs também determinou que quatro novas mudas de araucária sejam plantadas. Nós vamos acompanhar e fiscalizar esse plantio.

Entendemos que a imagem de nossa árvore símbolo cortada e caída no chão cause desconforto e até tristeza. Nós também nos sentimos assim, mas esse é o ciclo da vida: tudo que vive, morre.

No caso dessa araucária, que estava no fim de seus dias, uma intervenção foi necessária para garantir a segurança dos que passam pela região.

Mario Friggi Parabens a Prefs por responder tao rapidamente aos cidadaos preocupados com o nosso verde. Estao muito antenados. 🙂
Like · Reply · March 30, 2015 at 4:01pm

Alcance: 549.120
Comentários: 1.190

https://www.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322.1073741830.515514761825666/866500453393760

ESTRATÉGIA #07

A inteligência coletiva é capaz de realizar grandes tarefas, mas precisa de incentivo.

Em junho de 2015, o Departamento de Internet e Mídiais Sociais da Prefeitura de Curitiba recebeu a ligação de um banco de sangue: precisavam encontrar uma determinada doadora, mas o cadastro dela estava desatualizado. Todos os outros métodos para encontrá-la falharam e havia a esperança de que um post pudesse dar conta do recado. Deu certo. A doadora foi encontrada em menos de uma hora, graças a um esforço coletivo numa caixa de comentários do Facebook. De brinde, a história ganhou cobertura jornalística e deu visibilidade à causa da doação de sangue.

FACEBOOK

Post ajuda mineira a encontrar doadora de sangue raro no PR

Moradora de BH, mãe relata drama da filha que tem um tipo grave de anemia

Rede social ajuda a encontrar doadora de sangue raro em Curitiba

Doadora da capital foi encontrada menos de um hora após perfil da prefeitura no Facebook iniciar campanha de busca. Material foi doado hoje e segue para Minas Gerais

Como um post na fanpage da Prefeitura de Curitiba ajudou a salvar uma vida

por Redação
Postado em 18/06/2015 às 0:27
Salvar no Facebook

Post no Facebook ajuda a encontrar doadora de sangue raro em Curitiba

Prefeitura de Curitiba
Publicado por Alvaro Borba [?] · 16 de junho de 2015 ·

[UPDATE: MARLI JÁ FOI ENCONTRADA!]

Precisamos achar a Marli e cada minuto conta!

A Marli Aparecida da Silva tem sangue do tipo O- com antígenos muito raros. Na verdade, ela é a única doadora com esse tipo de sangue cadastrada no Hemepar.

Em toda Curitiba, com seus dois milhões de habitantes, o banco de sangue nunca encontrou alguém com um perfil sanguíneo tão raro.

Nesse exato momento, o sangue da Marli pode salvar a vida da Sabrina, uma paciente de Minas Gerais. Bancos de sangue de todo o Brasil estão mobilizados nessa busca e Curitiba pode fazer a diferença.

Problema: o Hemepar não tem os contatos atualizados da Marli.

Será que alguém aí a conhece?

Hemepar: (41) 3281-4000

Alcance: 1.293.824
Comentários: 1.688

https://www.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322.1073741830.515514761825666/905683926142079

AÇÕES, REAÇÕES E RESULTADOS

Os resultados obtidos pela Prefeitura de Curitiba nesse período iniciaram um movimento nacional na comunicação pública: prefeituras de todas as regiões do país passaram a adotar o mesmo modelo.

GAZETA DO POVO

Greca avisa: estilo “prefs” no Facebook está com os dias contados

“Deixem as capivaras em paz”, disse Greca, sobre o símbolo escolhido pela atual gestão para a cidade. “Volta a gralha azul.”

O atual modelo da prefeitura, criado na gestão Fruet, usa humor, quadrinhos, referências de cultura popular, desenho animado e várias brincadeiras para “fisgar” o leitor. O bom humor gerou público: centenas de milhares de fãs.

Na eleição de 2016, a comunicação digital da Prefeitura de Curitiba foi pauta de debate entre os candidatos.

GAZETA DO POVO

No Face da “prefs”, saem as capivaras, entram as fotos de Greca

Aliás, essa é outra mudança da página. Na gestão Fruet, em quatro anos, o prefeito não apareceu em fotos nem pôs fotos de aliados. Na gestão Greca, já na primeira semana há fotos dele próprio e, claro, de Beto Richa.

Resumo da história: saiu a capivara, ficaram as piadas, voltou o personalismo.

Em janeiro de 2017, imprensa local noticia mudança nos conteúdos da comunicação digital da Prefeitura de Curitiba.

A Prefeitura em todos os bairros!
#LoadingCuritiba

31.870 visualizações

Curtir · Comentar · Compartilhar

379 · Comentários mais relevantes

67 compartilhamentos

Aroldo Antonio Glomb Junior Dá Pr ir de Uber?
Uber melhor!
E olha como faz:... Ver mais
Curtir · Responder · 31 de janeiro às 15:47

Rafael Slonik A page virou instrumento de propaganda da gestão Greca? Que triste.
Curtir · Responder · 4 · 31 de janeiro às 12:09

Helen Brancaglion Acho legal mostrar o que está sendo feito, mas isso deveria ser postado na página do prefeito e não aqui na prefs.... Página perdendo sua essência.
Curtir · Responder · 30 de janeiro às 19:48

Alini Ploszaj Cadê o asfaltamento da Ovídio Garcês no Cachoeira??? Estava na previsão orçamentária e depois não. Tem creche, posto de saúde, uma vila chamada Vila Leonice com 5 mil habitantes e 3

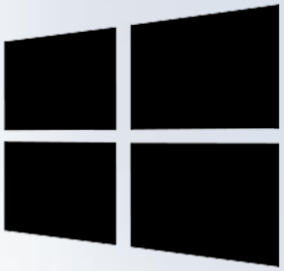
Escreva um comentário...

Adilio Vieira Atenção prefs, muitos usuários como eu seguem a página por ser uma ferramenta de comunicação com o cidadão. Esse vídeo me parece muito mais um instrumento de promoção do prefeito, secretário, vereador, etc. O mesmo conteúdo poderia ser veiculado sem esse apelo de marketing pessoal.
Espero não ver mais esse tipo de conteúdo por aqui, caso contrario irei descurtir.

Curtir · Responder · 71 · 30 de janeiro às 18:58

Conteúdos mais recentes recorrem a algumas das sete estratégias usadas entre 2013 e 2016.

A CULTURA É UM SISTEMA OPERACIONAL



AVISO:

TENTAR DESFAZER UMA ATUALIZAÇÃO NO SISTEMA PODE GERAR PROBLEMAS DE COMPATIBILIDADE