

## **REDES SOCIAIS NAS AUTARQUIAS PORTUGUESAS**

**Pedro Miguel da Silva Fernandes**

Doutorando de Geografia na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e Investigador colaborador do CEGOT - Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território  
pmsfebooks@gmail.com

### **1 INTRODUÇÃO**

As redes sociais são amplamente utilizadas por milhões de pessoas. Seja para lazer ou para trabalho, estas plataformas digitais constituem hoje um recurso amplamente conhecido de todos. Neste estudo são consideradas quatro redes sociais. O Facebook, do grupo Meta, dispensa apresentações, é hoje uma rede social conhecida em todo o mundo. Também o Youtube constitui uma plataforma de vídeos amplamente conhecida do público. Surgiu em 2005 e disponibiliza milhares de vídeos que recebem diariamente um elevado número de visualizações. Por sua vez, o Instagram, atualmente propriedade do grupo Meta, nasceu em 2010 com o objetivo de partilhar vídeos e imagens. A sua *app* móvel tem tido uma enorme aceitação por parte dos utilizadores. Finalmente, o LinkedIn é uma rede centrada em negócios e empregos, dispõe de milhões de utilizadores. Em Portugal podem ser encontrados 308 municípios, distribuídos por diversas sub-regiões (NUTS-3). Justifica-se a elaboração de um estudo que procure aferir a adesão às redes sociais por parte do contexto autárquico nacional, para elucidar sobre a importância que estas plataformas desempenham neste âmbito.

### **2 OBJETIVO**

O presente estudo teve como objetivo avaliar a presença das autarquias portuguesas nas redes sociais Facebook, Youtube, Instagram e LinkedIn.

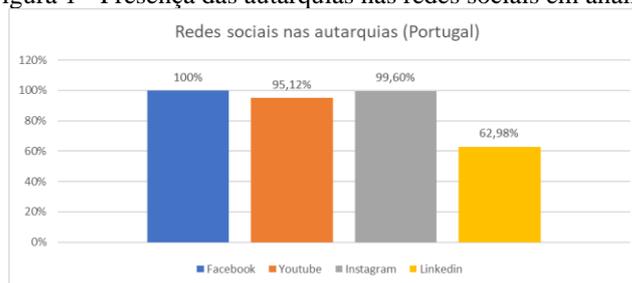
### **3 METODOLOGIA**

Do ponto de vista dos procedimentos metodológicos, começou por se obter uma lista das 308 autarquias que compõem o território nacional a partir da ANMP - A Associação Nacional de Municípios Portugueses (2025). De 21 a 30 de Abril de 2025 desenvolveu-se uma pesquisa em cada um dos seus websites para compreender se possuíam perfis sociais. Também se digitou a designação de cada município nas plataformas digitais em estudo para verificar a existência ou não de contas associadas. Finalmente, nalguns casos, contactaram-se alguns municípios para dissipar certas dúvidas que foram surgindo.

## 4 DISCUSSÃO

Os resultados (Figura 1) evidenciam que as redes sociais em estudo se encontram bem dinamizadas no contexto autárquico. Todos os municípios dispõem de perfil no Facebook. Em segundo lugar destaca-se o Instagram com 99,60% (307) e, em seguida, o Youtube com um total de 95,12% (293). Quanto ao LinkedIn, verificou-se que se encontra presente em 62,98% (194) das autarquias, um valor mais baixo do que as restantes plataformas. Trata-se de uma rede profissional especializada que ainda não se encontra tão bem enraizada em contexto autárquico como as outras redes analisadas.

Figura 1 - Presença das autarquias nas redes sociais em análise.



Fonte: Resultados do estudo

## 5 CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo avaliar a presença dos municípios portugueses nas redes sociais Facebook, Youtube, Instagram e LinkedIn. As três primeiras estão bem presentes em contexto autárquico. O LinkedIn é a rede com menor relevância neste âmbito. Para trabalhos futuros recomenda-se a elaboração de estudos que analisem casos concretos em determinadas autarquias.



## **REFERÊNCIAS**

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS PORTUGUESES. Municípios: contactos. 2025. Disponível em: <https://anmp.pt/municipios/municipios/contactos/?cod=MUN>. Acesso em: 7 maio 2025.