

Sábado, 18 de Abril de 2026

## **ALMT é a segunda assembleia legislativa com maior número de interações nas redes**

**Plataforma SocialMediaGov**

Redação com assessoria

Ao acompanhar os trabalhos da Assembleia Legislativa de Mato Grosso nas redes sociais, você já se divertiu com algum vídeo bem-humorado estrelando algum servidor da Casa ou que tinha uma narração descontraída típica de internet? Muitos vão responder sim. Isso porque o alcance das publicações do Parlamento estadual nas redes é destaque em balanço divulgado pela plataforma SocialMediaGov. Entre as assembleias legislativas de todo o país, a ALMT ficou em 2º lugar na análise do maior número de interações nas redes sociais no 1º semestre de 2025.

O Parlamento mato-grossense ficou atrás apenas da Assembleia Legislativa do Pará, um grande feito, na avaliação do gerente de marketing da ALMT, Ricardo Sardinha. "É uma coisa forte porque, se você observar, principalmente os estados maiores, com mais população, eles têm dez milhões, oito milhões de eleitores e Mato Grosso tem 2,5 milhões. Nós ficamos na frente de todos esses é muito importante, muito significativo. E ficamos em segundo lugar atrás da Assembleia do Pará, mas o Pará está prestes a receber um evento mundial, que é a COP30 [Conferência do Clima]. Todos os olhos estão voltados para lá. E nós não, nós estamos aqui no nosso dia a dia regular", disse.

A Assembleia Legislativa também foi a única representante de Mato Grosso entre as dez das instituições públicas com mais interações. A SocialMediaGov faz a lista em diversos segmentos como prefeituras, tribunais de justiça e governos estaduais. Veja os rankings neste link. O grande diferencial para o trabalho desenvolvido na comunicação da ALMT está na criatividade da equipe, atribui Ricardo Sardinha. "Contamos com profissionais de criação altamente qualificados. Eles conseguem superar o desafio de tornar atrativas as ações da Assembleia. Por se tratar de atuação política, muita gente já torceria o nariz se não fosse adotada uma abordagem diferenciada. E isso tudo é feito com servidores da Casa, sem custos a mais para o contribuinte", acrescenta.

"Nós criamos pensando em fazer algo que agrade a nós mesmos e que transmita a mensagem. Tentamos fazer da forma mais criativa possível, com uma linguagem simples. Ao atingir mais pessoas, somos mais efetivos na promoção da transparência e na divulgação dos trabalhos da Assembleia Legislativa. Temos vídeo com

mais de 400 mil visualizações num estado com 3,6 milhões de habitantes”, explica o gerente de marketing.

Além de Ricardo Sardinha, fazem parte da equipe de publicidade da Secretaria de Comunicação da Casa de Leis: Fabiano Cavalcanti, Guilherme Góes, Jordana Gomes, Leonardo Bezerra, Maria Cristina Teodoro, Maria Júlia Monteiro, Meadk Souza, William Monteiro e Yuri Daltro.