



XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã

COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA CÂMARA MUNICIPAL DE GURUPI: UMA ANÁLISE DO PERFIL DO INSTAGRAM NO ANO DE 2023¹

Adriana Alves Castelo Branco – Universidade de Gurupi (UnirG), Gurupi (TO)²

Ana Carolina Costa dos Anjos - Instituto Federal de Minas Gerais (IFMG), Betim (MG)³

RESUMO

O presente artigo discute a produção da Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal de Gurupi, para o perfil do Instagram do órgão, no primeiro semestre de 2023. Para tanto, buscamos entender que tipo de comunicação é produzida, assim trazemos conceitos de Comunicação Pública, Governamental e Política. Metodologicamente, propomos um estudo de caso e lançamos mão da Análise de Conteúdo. Os resultados demonstram que há uma forte conexão entre tipos de Comunicação Pública que são identificados como: Comunicação Governamental e Comunicação Institucional.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública; Câmara Municipal de Gurupi; Instagram.

1 INTRODUÇÃO

O texto discute a Comunicação Pública produzida pela Assessoria de Comunicação (Ascom) da Câmara Municipal de Gurupi⁴ (CMG) e analisa o uso do Instagram na construção da Comunicação Pública, no primeiro semestre de 2023. Para tanto, traz uma síntese sobre os conceitos de Comunicação Pública (CP), Comunicação Governamental (CG), Comunicação Institucional (CI) e Comunicação Política (C.Pol.)/Marketing Político, buscando dessa maneira dar subsídio teórico para análise da Comunicação produzida pela Ascom para o referido órgão público.

2 METODOLOGIA

Esta pesquisa tem abordagem qualitativa, natureza básica e é uma pesquisa exploratória (Gil, 2022). O objetivo é compreender o trabalho da Ascom da CMG, no Instagram, à luz da Comunicação Pública, assim realizamos estudo de caso. Analizamos os 230 posts produzidos, entre fevereiro e junho de 2023. Desenvolvemos concomitantemente as etapas do estudo de caso (Gil, 2022) e da

¹ Trabalho apresentado no **GT 14 - Práticas Profissionais e Formação Cidadã em Comunicação** da XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2024, de 11 a 13 de junho de 2024, na Universidade São Judas (Paulista), São Paulo-SP.

² Acadêmica do curso de Jornalismo da Universidade de Gurupi - UnirG. E-mail: adriana.a.c.branco@unirg.edu.br.

³ Professora Visitante do IFMG. Doutora em Sociologia, Mestra em Ciências do Ambiente, Jornalista, possui pós-doutorado em Educação. Orientou o TCC que deu origem ao resumo, bem como a escrita desse resumo. E-mail: carolcdosanjos@gmail.com.

⁴ Gurupi (nome indígena significa diamante puro). O município fica situado às margens da BR 153 (rodovia Belém Brasília), a 238,3 KM da capital, Palmas. A cidade, terceira maior do estado do Tocantins, com aproximadamente 85,1 mil habitantes é conhecida como a “Capital da Amizade”, sendo um importante eixo para a economia, agricultura, pecuária, comércio, turismo e vários serviços, soma-se a isso o fato de ser um polo universitário e movimentar a economia de 17 municípios da região sul tocantinense (Gurupi, s/d).

Análise de Conteúdo (Bardin 2009). No processo de codificação dos posts, percebemos que houve uma média de 45 posts/mês, os quais foram classificados em: Comunicação Pública (5), Comunicação Governamental (160), Comunicação Política (7) e Comunicação Institucional (58).

3 REFERENCIAL TEÓRICO

A Comunicação Pública (CP) é um conceito em construção e não está definido. A CP está relacionada ao conceito de democracia que é amplo e passa por (re)construções. A CP⁵ traz em si processos comunicativos que buscam trazer transparência e publicização das ações do Estado (e de empresas privadas) e viabiliza aos(às) cidadãos(ãs) o acesso à informação (Brandão, 2012; Kucinski, 2012). Para Brandão (2012), o acesso à informação é um direito basilar para a democracia e exercício da cidadania. A CP feita pelos governos, pelo terceiro setor ou pelas empresas privadas, acontece quando a voz do cidadão demonstra força, e pressiona instituições a se preocuparem com as questões de cidadania. A autora ressalta que: “(...) a comunicação é um componente da vida política de um país e a CP é o resultado da organização da voz do cidadão neste cenário político.” (Brandão, 2012, p. 31).

A Comunicação Governamental, por sua vez, é uma dimensão da CP. A CP tem a ação de divulgar os assuntos de interesse público, dar acesso à população seu interesse sobre as ações do poder público. Oferece a oportunidade ao diálogo, à participação nas ações do governo, enquanto a CG tem a função de divulgar as contas públicas, as ações e manutenção com o uso do dinheiro público e o planejamento anual dos gastos.

A Comunicação Política (C. Pol.) distancia-se da Comunicação Pública e da Comunicação Institucional, pois tem o intuito de publicizar o nome de agente público ou político e de sua imagem como ‘bom(boa) gestor(gestora)’. Com a C.Pol. é que se constrói o(a) personagem político como um(a) candidato(a) e cria uma narrativa que convença uma trajetória “gloriosa” de ações, propostas realizadas e/ou apresentadas durante campanhas políticas.

Arrematando, a CP promove o acesso às informações de caráter público, a CG objetiva divulgar a agenda do governo. A CI publiciza as ações internas do órgão público (ou privado) e constroem a imagem da instituição/órgão. A C. Pol./ Marketing Político visam construir e manter a imagem do candidato(a) ou parlamentar de maneira positiva, e tem fins eleitorais.

⁵ Embora não seja o foco desse artigo, vale mencionar os princípios da CP que, segundo Jorge Duarte (2021), são: 1. Garantir o acesso amplo à informação; 2. Fomentar o diálogo; 3. Estimular a participação; 4. Promover os direitos e a democracia; 5. Combater a desinformação; 6. Ouvir a sociedade; 7. Focar no cidadão; 8. Ser inclusiva e plural; 9. Tratar a comunicação como política de Estado; 10. Garantir a impessoalidade; 11. Pautar-se pela ética; 12. Atuar com eficácia.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os 230 *posts* produzidos pela Ascom da CMG foram classificados em categorias, sendo a CG a categoria com maior número de publicações, isto é, 160. Subdividimos os 160 *post* dessa categoria em: 18 Indicações⁶, 123 Requerimentos, 8 Projetos de Leis e 11 Emendas parlamentares.

Na análise, encontramos *posts* que se encontram na fronteira entre CP, CG e C. Pol., apresentamos um exemplo: o *post* publicado no mês de abril de 2023. A postagem traz o tema ‘convite’ para audiência pública e participação em pesquisa de opinião: ‘Segurança nas instituições de ensino públicas e privadas’ (ver Figura 1).

Figura 1– Post Avaliação sobre segurança nas unidades escolares



Fonte: Captura de Tela do Instagram CMG.

Além do texto, há a logomarca do vereador que ‘atrela’ seu nome à audiência pública com tema tão caro à sociedade. A postagem aponta que a CMG é mentora da audiência pública e está pensando no problema social, assim é tanto CP como CG. Todavia, com a logomarca de um parlamentar pode ser enquadrada como C. Pol./Marketing Político.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho traz a primeira análise da Ascom que está passando por reestruturação (inclusive fazendo curso de Comunicação Pública – projeto de extensão do curso de Jornalismo/ UnirG). Além disso, outras dimensões não mencionadas formam uma agenda de pesquisa, tais como: acoplar os princípios da CP, aprofundar nas análises das CG, como ocorre a construção de audiência a partir dos tipos de comunicação e comunicação pública em plataformas digitais de câmaras municipais do Tocantins.

⁶ A “Indicação é o instrumento legislativo aprovado pelo Plenário ou pela Mesa Diretora cuja finalidade é a de sugerir que outro órgão tome as providências que lhe sejam próprias. O Vereador pode provocar qualquer Secretaria Municipal que providencie a reforma de uma unidade hospitalar”. (Senado, s/d, texto digital).

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Ed. 70. São Paulo: Editora Persona, 2009.

BRANDÃO, E.P. Apresentação. *In*: DUARTE, J. (org.). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público, 3. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2012. (*Ebook*, 2012).

DUARTE, J. (org.). **Comunicação Pública na prática**: depoimentos. São Paulo, Ed. Aberje: ABCPública, 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. Barueri: Atlas, 2022.

GURUPI. Câmara Municipal de Gurupi. Perguntas frequentes. Gurupi, s/d. Disponível em: <https://www.gurupi.to.leg.br/faq#p21>. Acesso em: 27 mar. 2024.

KUCISNSKI, Bernardo. Apresentação. *In*: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado e Interesse Público. 3. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2012. (*Ebook*, 2012)