



**FUNDAÇÃO UNIRG
UNIVERSIDADE DE GURUPI - UNIRG
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

**A IMPORTÂNCIA DO INSTAGRAM NA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA
PREFEITURA DE GURUPI-TO**

**GURUPI – TO
2025**



VALESCA VITÓRIA GONÇALVES

**A IMPORTÂNCIA DO INSTAGRAM NA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA
PREFEITURA DE GURUPI-TO**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao curso de Graduação em Jornalismo, da Universidade de Gurupi – UnirG, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador(a): Prof. Me. Clifton Morais Correia

**GURUPI – TO
2025**



**COLOQUE AQUI A FICHA CATALOGRÁFICA GERADA PELA BIBLIOTECA
(O(A) ACADÊMICO(A) DEVE SOLICITAR À BIBLIOTECA APÓS A
APRESENTAÇÃO PARA A BANCA E AS DEVIDAS CORREÇÕES)**

FOLHA DE APROVAÇÃO

A IMPORTÂNCIA DO INSTAGRAM NA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA PREFEITURA DE GURUPI-TO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi julgado adequado para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo e foi **(aprovado em sua forma final / aprovado mediante correções / reprovado)** pelo(a) Orientador(a) e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação:

Banca Examinadora:

Prof. Me. Clifton Morais Correia
Universidade de Gurupi
Orientador

Prof.ª Drª Joyce Karoline Pinto Oliveira Pontes
Universidade de Gurupi
Primeira Avaliadora

Yasmin Miranda dos Reis
Jornalista Convidada
Segunda Avaliadora

Gurupi, 09, dezembro, 2025

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade de concluir mais uma etapa da minha vida. À Sagrada Família, Jesus, a Santíssima Virgem Maria e São José, pelo cuidado, proteção e esperança que sempre me acompanharam. Estendo minha gratidão aos meus familiares, em especial à minha avó Maria das Dores e à minha mãe Tânia Mara, pelo amor incondicional, apoio constante e força que me sustentaram durante todo esse processo. Agradeço também aos amigos e professores que contribuíram para minha formação e foram essenciais nesta caminhada acadêmica.

De modo especial, registro minha sincera gratidão ao meu orientador Prof. Me. Clifton Morais, à Prof.^a Dra. Joyce Karoline Pontes, coordenadora do Curso de Jornalismo, por todo o apoio, orientação e paciência dedicados nesta etapa final do curso.

Rendo ainda uma homenagem ao meu avô, Antônio Gonçalves (*in memoriam*), que sempre foi base e fortaleza para meus sonhos e realizações. Tenho certeza de que estaria muito feliz por mais essa conquista.

Encerrando, deixo a reflexão de Provérbios 16:3:

“Consagre ao Senhor tudo o que você faz, e os seus planos serão bem-sucedidos.”

A IMPORTÂNCIA DO INSTAGRAM NA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA PREFEITURA DE GURUPI-TO

RESUMO

Este estudo discute a importância do Instagram como ferramenta estratégica de comunicação institucional na Prefeitura de Gurupi, destacando seu papel no fortalecimento da transparência, na ampliação do alcance das informações públicas e na aproximação entre gestão e comunidade. A metodologia utilizada baseou-se em análise documental e observação das práticas comunicacionais presentes no perfil oficial da Prefeitura no Instagram, considerando publicações, formatos de conteúdo, níveis de engajamento e estratégias destinadas a estimular a participação cidadã. A análise foi realizada no período de outubro a dezembro de 2025, permitindo observar padrões, rotinas e estratégias adotadas pela gestão durante esses meses. A investigação evidencia que a plataforma se consolidou como um instrumento eficaz para divulgar ações governamentais, promover serviços e estabelecer uma relação mais direta e dinâmica com a população.

Palavras-chave: Instagram; comunicação pública; Prefeitura de Gurupi; transparência; mídias sociais.

THE IMPORTANCE OF INSTAGRAM IN THE COMMUNICATION DEPARTMENT OF THE GURUPI-TO CITY HALL

ABSTRACT

This study discusses the importance of Instagram as a strategic institutional communication tool for the Municipality of Gurupi, highlighting its role in strengthening transparency, expanding the reach of public information, and fostering closer interaction between the administration and the community. The methodology was based on documentary analysis and observation of communication practices on the municipality's official Instagram profile, considering posts, content formats, engagement levels, and strategies aimed at encouraging citizen participation. The analysis was conducted from October to December 2025, allowing the observation of patterns, routines, and strategies adopted by the administration during this period. The findings indicate that the platform has become an effective instrument for disseminating governmental actions, promoting public services, and establishing a more direct and dynamic relationship with the population.

Keywords: Instagram; public communication; Municipality of Gurupi; transparency; social media.



Imagen 01 — Layout Instagram da Prefeitura de Gurupi

Imagen 02 — Dia D contra a Influenza

Imagen 03 — Feminicídio Zero

Imagen 04 — Campanha do Sarampo



LISTA DE QUADRO

Quadro 1 – Questões e Eixos Temáticos



LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PRF – Polícia Rodoviária Federal

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

TO – Tocantins

UNIRG – Universidade de Gurupi

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
TEMA.....	13
TÍTULO.....	13
OBJETIVO GERAL.....	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
JUSTIFICATIVA	13
HIPÓTESE	14
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E TÉCNICOS	14
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
PRESENÇA INSTITUCIONAL DE GURUPI NO INSTAGRAM	17
ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES.....	20
CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
REFERÊNCIAS	25

INTRODUÇÃO

A comunicação digital tem transformado profundamente a maneira como os governos se relacionam com os cidadãos, tornando-se uma ferramenta essencial para promover transparência, engajamento e cidadania. No contexto contemporâneo, as plataformas digitais passaram a ocupar um espaço central nas estratégias de comunicação pública, permitindo fluxos informacionais mais rápidos, horizontais e interativos. Como aponta Castells (2009), a sociedade em rede redefine as dinâmicas de poder e participação, fazendo com que a comunicação deixe de ser unidirecional e passe a ser caracterizada pela circulação constante de informações produzidas tanto por instituições quanto pelos próprios cidadãos. Nesse cenário, as redes sociais desempenham papel de destaque ao possibilitar a aproximação entre a administração pública e a população, sobretudo por meio de plataformas como o Instagram, que alia linguagem visual, interatividade e alcance massivo.

A adoção das redes sociais pelos órgãos públicos não se limita apenas à divulgação de ações governamentais; trata-se de um movimento mais amplo que envolve a construção de imagem institucional, o fortalecimento da confiança pública e o estímulo à participação social. Conforme destaca Jenkins (2009), a cultura participativa amplia o protagonismo do cidadão, que deixa de ser mero receptor de mensagens para se tornar agente ativo no processo comunicativo. Além disso, autores como Mergel (2013) defendem que a comunicação governamental digital exige estratégias voltadas não apenas à informação, mas também à transparência, colaboração e construção de relacionamentos duradouros.

A cidade de Gurupi, situada no estado do Tocantins, é um dos municípios que têm acompanhado essa tendência de transformação digital. Fundada em 1958, Gurupi conta com cerca de 89.574 habitantes (IBGE, 2024) e vem utilizando os canais digitais como meio estruturado de comunicação com seus cidadãos. O perfil oficial da Prefeitura de Gurupi no Instagram (@prefeituradegurupi_), criado em outubro de 2017, possui 41,4 mil seguidores e 274 publicações até março de 2025. Esses números demonstram uma presença digital consolidada e refletem o interesse da gestão pública municipal em se aproximar da população por meio de uma linguagem mais dinâmica, acessível e alinhada às práticas comunicacionais da atualidade.

Nesse sentido, a análise da comunicação institucional via Instagram torna-se relevante, pois permite compreender não apenas o que é comunicado, mas como e com quais efeitos essas mensagens são recebidas pelos cidadãos. Foucault (1979) lembra que todo discurso público carrega relações de poder e intencionalidades, o que torna ainda mais importante investigar a construção simbólica realizada pelas instituições governamentais no ambiente digital.

A análise do perfil oficial da Prefeitura de Gurupi no Instagram revela uma atuação focada na divulgação de ações institucionais, programas públicos, eventos e serviços oferecidos à população, caracterizando uma predominância de conteúdos informativos e institucionais. Observa-se que as postagens seguem uma linguagem visual padronizada, combinando imagens, vídeos e infográficos que reforçam a identidade institucional e facilitam a compreensão das informações compartilhadas. As estratégias de comunicação adotadas pela gestão municipal incluem o uso de legendas detalhadas, chamadas à ação e hashtags, o que contribui para ampliar o alcance das publicações e estimular a interação com os cidadãos.

Além disso, o perfil demonstra esforços para engajar a população por meio de respostas a comentários, incentivo à participação em eventos e divulgação de campanhas de interesse social, como saúde, educação e meio ambiente. Essas práticas indicam uma preocupação com a construção de um diálogo direto, ainda que a interação permaneça, em grande parte, mediada pela própria instituição e direcionada à transmissão de informações. Nesse sentido, a análise sugere que o perfil contribui para a transparência das ações públicas, pois torna acessíveis dados sobre programas e serviços, aproxima a administração municipal dos cidadãos e fortalece a percepção de credibilidade e responsabilidade da Prefeitura. Entretanto, os resultados também evidenciam oportunidades para aprimorar a comunicação digital.

A interação poderia ser ampliada com conteúdos mais participativos, enquetes, lives e chamadas diretas à contribuição da população, promovendo uma comunicação mais dialógica e colaborativa. Ainda assim, o perfil da Prefeitura de Gurupi demonstra efetividade na construção da imagem pública, combinando presença digital consistente, clareza informativa e estratégias que alinham transparência, engajamento e visibilidade institucional, reforçando o papel das redes sociais como ferramentas estratégicas de comunicação governamental no contexto contemporâneo. Assim, este Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como foco investigar como a Prefeitura de Gurupi utiliza o Instagram enquanto meio de comunicação institucional, observando o conteúdo compartilhado, as estratégias de engajamento e a interação com os cidadãos, a fim de avaliar a eficácia dessa presença digital e compreender o papel que ela desempenha na gestão pública contemporânea.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

TEMA

Análise do uso do Instagram pela Prefeitura de Gurupi.

TÍTULO

A importância do Instagram na assessoria de comunicação da Prefeitura de Gurupi-TO.

OBJETIVO GERAL

Analisar como a Prefeitura de Gurupi utiliza o Instagram como instrumento de comunicação institucional, identificando suas estratégias, práticas de interação e potencial de engajamento com os cidadãos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Mapear os tipos de conteúdo publicados no perfil oficial da Prefeitura de Gurupi no Instagram;
- ✓ Identificar as estratégias de comunicação e engajamento adotadas pela gestão pública na plataforma;
- ✓ Verificar de que maneira o perfil contribui para a transparência, a aproximação institucional e a construção da imagem pública do governo municipal.

JUSTIFICATIVA

A crescente digitalização da administração pública tem reforçado a importância das redes sociais como instrumentos fundamentais de comunicação governamental. Em uma sociedade cada vez mais conectada, plataformas como o Instagram desempenham papel estratégico ao facilitar o acesso à informação, ampliar a transparência e fortalecer a participação cidadã. Para municípios de porte médio, como Gurupi, compreender o impacto e a eficácia da presença digital se torna essencial para aprimorar o diálogo com a população e garantir práticas comunicacionais mais democráticas e eficientes.

Ainda que diversas cidades estejam adotando o uso de mídias sociais, poucos estudos se dedicam a analisar sistematicamente como esses canais são utilizados em nível municipal,

especialmente no Tocantins em Gurupi (distante a 224 Km de Palmas) . Assim, este trabalho contribui para preencher uma lacuna acadêmica e fornecer subsídios para melhorias na gestão da comunicação pública local.

HIPÓTESE

A hipótese central deste estudo é que o perfil oficial da Prefeitura de Gurupi no Instagram utiliza predominantemente conteúdos informativos e institucionais, com presença moderada de estratégias de engajamento, o que pode limitar a interação cidadã. Acredita-se ainda que, embora a plataforma contribua para a transparência e visibilidade das ações públicas, há potencial para ampliar práticas de comunicação participativa e dialógica.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E TÉCNICOS

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, com caráter descritivo-analítico, a fim de compreender como o perfil oficial da Prefeitura de Gurupi utiliza o Instagram como ferramenta de comunicação institucional. Inicialmente, será realizada a coleta de dados por meio do levantamento das publicações disponibilizadas no perfil @prefeituradegurupi_ dentro do período previamente delimitado, permitindo a observação sistemática do conteúdo divulgado. Em seguida, será aplicada a técnica de Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011), que possibilita a categorização das postagens de acordo com sua natureza, informativa, institucional, de prestação de contas, de campanhas públicas, de serviços governamentais ou voltadas ao engajamento.

Além disso, a pesquisa incluirá a análise documental de normativas, diretrizes e materiais institucionais relacionados à comunicação governamental, de modo a contextualizar as práticas observadas. Os indicadores de interação do perfil, como curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos, também serão examinados para avaliar o nível de participação dos cidadãos e a efetividade das estratégias comunicacionais adotadas pela gestão municipal.

A interpretação dos resultados será conduzida à luz do referencial teórico que fundamenta o estudo, envolvendo autores como Castells, Jenkins, Mergel, Kunsch e Foucault, o que permitirá relacionar as evidências empíricas às discussões sobre comunicação digital, cultura participativa, transparência e governança pública.

A partir desse conjunto de procedimentos, espera-se oferecer uma análise abrangente das práticas comunicacionais desenvolvidas pela Prefeitura de Gurupi no Instagram, identificando padrões, potencialidades e limitações que contribuam para o entendimento da comunicação institucional no ambiente digital contemporâneo.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A análise dos impactos gerados pelo uso do Instagram na comunicação institucional da Prefeitura de Gurupi (@prefeituradegurupi_), exige uma abordagem que considere diferentes dimensões do processo comunicacional. Os eixos temáticos apresentados no quadro, Comunicação Institucional, Transparência Pública, Engajamento e Participação, Gestão de Conteúdo e Tecnologia e Inovação, permitem compreender como a plataforma influencia, de maneira integrada, a relação entre governo e sociedade. Cada eixo reflete um aspecto essencial para avaliar o papel das mídias sociais na administração pública contemporânea, revelando tanto potencialidades quanto desafios.

Ao observar esses eixos, torna-se possível identificar que o Instagram não atua apenas como canal de divulgação, mas como um espaço de fortalecimento da imagem governamental, promoção da transparência, estímulo à participação cidadã e modernização das práticas de comunicação. Esses impactos contribuem para uma gestão mais aberta, interativa e alinhada às demandas da sociedade conectada. Assim, a introdução desses eixos serve como base estruturante para compreender de que maneira a Prefeitura de Gurupi tem utilizado a plataforma de forma estratégica, evidenciando transformações significativas no fluxo de informações, na dinâmica de interação e na cultura comunicacional do setor público.

Quadro 1 – Questões e Eixos Temáticos

Eixos Temáticos	Questões Orientadoras
Comunicação Institucional	Como o Instagram contribui para a divulgação das ações da Prefeitura de Gurupi?
Transparência Pública	De que forma a plataforma fortalece o acesso às informações governamentais?
Engajamento e Participação	Quais estratégias são utilizadas para estimular a interação dos cidadãos?
Gestão de Conteúdo	Quais tipos de publicações geram maior alcance e envolvimento do público?
Tecnologia e Inovação	Como o uso de mídias sociais moderniza a comunicação pública municipal?

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A análise dos eixos temáticos fundamenta-se em autores que discutem comunicação pública, mídias sociais e interação digital. No eixo da Comunicação Institucional, considera-se que a presença da gestão pública nas redes sociais reforça a relação entre governo e sociedade, conforme apontam Kunsch (2003) e Matos (2009), ao afirmarem que a comunicação institucional precisa ser estratégica, transparente e orientada ao interesse coletivo. Assim, o uso

do Instagram pela Prefeitura de Gurupi integra-se ao conceito de comunicação governamental como ferramenta de fortalecimento da identidade institucional e da prestação de contas.

No eixo da Transparência Pública, pressupõe-se que a comunicação digital amplia o acesso à informação e fortalece mecanismos democráticos, seguindo a perspectiva de Habermas (1984), que defende a importância da esfera pública como espaço de diálogo e circulação de informações. Além disso, Pinho (2008) destaca que o governo deve utilizar meios digitais para promover abertura, responsabilidade e visibilidade de suas ações. Nesse sentido, o Instagram se apresenta como um ambiente que facilita o acompanhamento das atividades administrativas pela população.

O eixo do Engajamento e Participação relaciona-se às interações promovidas pela plataforma, sustentado por autores como Jenkins (2009), que discute a cultura da participação e a importância de ambientes que permitam ao público interagir, comentar e cocriar significados. Recuero (2014) complementa ao considerar que redes sociais permitem circulação de afetos, opiniões e vínculos que influenciam o debate público. Assim, as estratégias adotadas pela Prefeitura de Gurupi para estimular comentários, enquetes e compartilhamentos integram práticas de construção de participação cidadã.

A Gestão de Conteúdo, por sua vez, envolve planejamento e produção de materiais adequados aos formatos digitais. Para Santaella (2013), as mídias visuais têm papel central na comunicação contemporânea, exigindo conteúdos mais dinâmicos, multimodais e atrativos. Já Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017), ao discutirem o marketing 4.0, afirmam que os públicos respondem melhor a conteúdos personalizados, relevantes e visualmente impactantes. Assim, o uso de reels, vídeos e artes informativas pela Prefeitura é coerente com as tendências de consumo digital.

Por fim, no eixo Tecnologia e Inovação, entende-se que as mídias sociais modernizam as práticas comunicacionais e aproximam os gestores dos cidadãos, como indicam Castells (2013) ao discutir a sociedade em rede, e Lévy (1999), ao afirmar que tecnologias digitais transformam as formas de interação humana.

A adoção do Instagram pela administração municipal reflete esse movimento de inovação, promovendo comunicação mais ágil, visual e adequada aos hábitos de consumo informacional da população.

A presença digital da Prefeitura de Gurupi no Instagram tem se consolidado como uma das principais estratégias de comunicação pública do município, especialmente considerando o crescente uso das redes sociais como fonte de informação pela população.

PRESENÇA INSTITUCIONAL DE GURUPI NO INSTAGRAM

O perfil oficial @prefeituradegurupi_, analisado neste estudo, apresenta uma combinação consistente de conteúdos institucionais, informativos e comunitários que reforçam o papel da administração municipal na promoção da transparência e do diálogo com os cidadãos. Com mais de 41 mil seguidores e atualizações diárias, o Instagram tornou-se uma plataforma central para disseminação de informações relevantes, campanhas públicas e prestação de serviços, alinhando-se ao que Recuero (2018) aponta sobre a função das redes sociais como espaços de conexão e circulação de sentidos coletivos.

Entre os aspectos observados, destaca-se o uso recorrente de cards informativos, que abordam temas como coleta de lixo, vacinação, saúde, pagamento de benefícios, atualizações de serviços públicos e orientações emergenciais. Essas peças visuais tornam a comunicação mais rápida, acessível e efetiva, contribuindo para a difusão de dados essenciais do cotidiano da população.

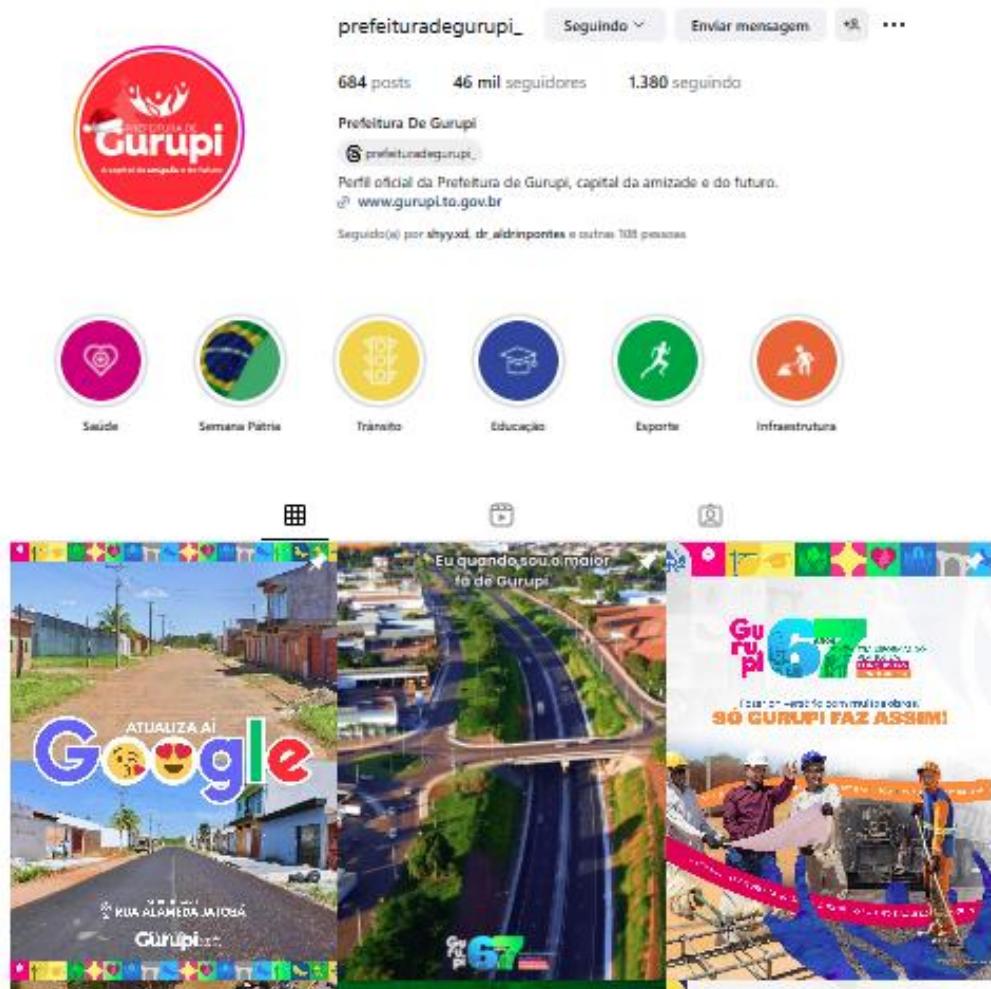
Além disso, publicações relacionadas a eventos culturais e celebrações oficiais, como festivais, inaugurações de obras e campanhas educativas, têm obtido alto índice de engajamento, o que evidencia a participação ativa dos moradores nas ações promovidas pela gestão municipal. O uso massivo de fotos e vídeos reforça o caráter visual da plataforma, enquanto os stories desempenham um papel estratégico na atualização em tempo real, funcionando como “boletins curtos” que aproximam ainda mais a prefeitura dos cidadãos, conforme apontado na análise realizada.

Outro ponto relevante diz respeito à interação direta entre a gestão municipal e os seguidores. Observa-se que a prefeitura frequentemente responde comentários, esclarece dúvidas e fornece informações adicionais, o que fortalece uma relação de proximidade e confiança com a população. Essa prática dialoga com o entendimento de Duarte (2011), que destaca a importância de uma comunicação pública planejada, transparente e orientada pela necessidade de estabelecer vínculos consistentes com o público. A adoção de uma linguagem

clara e acessível nas legendas também contribui para que diferentes grupos sociais compreendam as informações, ampliando o alcance da comunicação institucional.

Ademais, percebe-se uma diversidade de recursos utilizados pela equipe de comunicação, incluindo repostagens de parceiros, vídeos explicativos, fotografias de ações governamentais e campanhas temáticas. Esse conjunto de formatos torna o feed dinâmico e atrativo, aumentando o tempo de permanência dos usuários na página e potencializando o engajamento orgânico.

Imagen 01: Layout Instagram da Prefeitura de Gurupi



Fonte: Instagram Oficial Prefeitura de Gurupi (2025)

Em consonância com Enge (2012), que discute o marketing de influência como mecanismo de visibilidade, observa-se que a prefeitura também tem adotado práticas que favorecem a circulação de suas publicações, ampliando o alcance da comunicação governamental.

No entanto, mesmo com um desempenho consistente, verificou-se que o perfil pode evoluir ao investir em **conteúdos segmentados**, voltados para públicos específicos como jovens, idosos, estudantes, mulheres, empreendedores e comunidades periféricas. Essa segmentação poderia potencializar a eficácia da comunicação, uma vez que diferentes grupos demandam abordagens específicas e mensagens direcionadas.

A análise também indica que publicações voltadas à prestação de contas, como obras em andamento, investimentos públicos e dados de gestão, são presentes, porém poderiam ser sistematizadas de modo ainda mais transparente e regular.

O Instagram da Prefeitura de Gurupi, portanto, atua não apenas como um canal de informação, mas como um espaço de construção de cidadania e fortalecimento da relação entre governo e sociedade. Em um contexto amazônico no qual a conectividade ainda é desigual, destacam-se esforços da gestão municipal para utilizar a rede como ponte de comunicação democrática, garantindo que os cidadãos tenham acesso rápido às políticas públicas independentemente das limitações territoriais. A presença digital de Gurupi reforça a ideia de que a modernização das estratégias comunicacionais é fundamental para aproximar o poder público da população, consolidando um ambiente de maior participação e engajamento social.

Portanto, a análise da presença digital da Prefeitura de Gurupi no Instagram evidencia como a comunicação pública se adapta às lógicas das redes sociais, priorizando conteúdos visuais, atualizações rápidas e estratégias de aproximação com os cidadãos.

O perfil oficial utiliza postagens diárias, stories e materiais audiovisuais para divulgar serviços, campanhas e ações institucionais, estabelecendo um fluxo contínuo de informações que reforça transparência e participação social. A plataforma também permite mensurar, em tempo real, o interesse do público por meio de interações, o que orienta a produção de conteúdo e fortalece a relação entre gestão e comunidade.

A popularidade é um valor relacionado à audiência, que é também facilitada nas redes sociais na Internet. Como a audiência é mais facilitada nas redes sociais na Internet. Como a audiência é mais facilmente medida na rede, é possível visualizar as conexões e as referências a um indivíduo e a popularidade é mais facilmente percebida. Trata-se de um valor relativo à posição de um ator dentro de sua rede social. Um nó mais centralizado na rede é mais popular, porque há mais pessoas conectadas a ele e, por conseguinte, esse nó poderá ter uma capacidade de influência mais forte que outros nós na mesma rede. (Recuero, 2018, p. 111).

Assim como observado nos estudos sobre critérios de noticiabilidade aplicados à fanpage oficial da Prefeitura, as escolhas editoriais no Instagram também seguem valores-notícia ligados à proximidade, interesse público e relevância cotidiana. O uso de imagens de

cidadãos, registros de obras e divulgação de eventos reforça o vínculo identitário e emocional da população com a gestão municipal. Embora o perfil mantenha uma presença ativa, nota-se espaço para ampliar segmentações temáticas e explorar públicos específicos, fortalecendo ainda mais o engajamento e o alcance das ações governamentais na esfera digital.

ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES

A publicação realizada no dia 25 de novembro de 2025 pela Prefeitura de Gurupi no Instagram, referente ao “Dia D contra a Influenza” (Imagem 02), apresenta uma contribuição relevante tanto para a sociedade quanto para o jornalismo.

Do ponto de vista social, o conteúdo tem impacto direto na saúde pública, pois estimula a população a participar de uma campanha de vacinação essencial para a prevenção de complicações causadas pela gripe, especialmente entre grupos vulneráveis como idosos, crianças e pessoas com doenças crônicas.

Imagen 02: Layout Instagram da Prefeitura de Gurupi



Fonte: Instagram Oficial Prefeitura de Gurupi (2025)

Ao divulgar data, horário e finalidade da ação, o post funciona como um chamado coletivo, reforçando a importância da imunização e fortalecendo a cultura de prevenção, fundamental em um cenário em que a hesitação vacinal ainda representa um desafio para as políticas públicas de saúde. Dessa forma, a mensagem cumpre um papel educativo, ampliando a conscientização e contribuindo para a redução de casos, internações e possíveis surtos sazonais.

No campo do jornalismo, a publicação oferece material útil para a produção de notícias e reportagens, funcionando como uma fonte primária de informação institucional. Ela evidencia temas de interesse público e possibilita que profissionais da comunicação aprofundem a cobertura, acrescentando contexto epidemiológico, entrevistas com especialistas, dados sobre vacinação e análises sobre o impacto da influenza na região.

Além disso, o formato objetivo e acessível do post demonstra como as redes sociais se tornaram plataformas importantes para a circulação de conteúdos informativos e para a aproximação entre instituições públicas e cidadãos.

Para o jornalismo local, esse tipo de anúncio serve como ponto de partida para pautas que reforçam a responsabilidade social da imprensa e sua função de mediar informações essenciais para a população. Assim, a notícia contribui simultaneamente para a construção de uma sociedade mais informada e para o fortalecimento do papel público do jornalismo.

Agora do ponto de vista social, a divulgação sobre feminicídio¹ (Imagem 03), desse tipo de ocorrência contribui para o aumento da conscientização da população sobre a importância da segurança veicular, uma vez que circulação de veículos com irregularidades pode resultar em acidentes ou prejuízos humanos e materiais.

A notícia também chama a atenção para a necessidade de fiscalização e observância das normas de trânsito, funcionando como um alerta coletivo para motoristas, passageiros e gestores públicos sobre os riscos associados à adulteração de sinais identificadores de veículos.

Para o jornalismo, a postagem constitui uma fonte de informação primária que pode e deve ser aprofundada, pois fornece elementos factuais que permitem contextualização, entrevistas com especialistas, explicações técnicas sobre adulteração veicular e impacto na segurança viária.

¹ <

https://www.instagram.com/p/DRe4T_ODUxa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFIZA=> Acesso em 02 set. 2025.

Imagen 03: Feminicídio Zero



Fonte: Instagram Oficial Prefeitura de Gurupi (2025)

Conforme defendem Kovach e Rosenstiel (2014), “a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade”, o que implica não apenas divulgar os fatos, mas também interpretá-los e explicá-los de forma que o público compreenda suas implicações sociais e legais.

Dessa maneira, a cobertura de uma ação como essa fortalece a função do jornalismo como mediador entre as instituições e a sociedade, promovendo transparência e contribuindo para a formação de uma opinião pública mais informada e crítica.

Do ponto de vista jornalístico, campanha de sarampo² (Imagen 04), esse tipo de notícia divulgada em redes sociais constitui uma fonte primária de informação pública, que pode e deve ser explorada de forma crítica e contextualizada pela imprensa. Jornalistas podem utilizar as informações iniciais do post para ampliar a cobertura com entrevistas, dados estatísticos,

²

<https://www.instagram.com/p/DNntETnNnZj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFIZA> Acesso em 30 nov. 2025

explicações legais e análises que ajudem o público a compreender o significado dos fatos e suas consequências.

Imagen 04: Campanha do Sarampo



Fonte: Instagram Oficial Prefeitura de Gurupi (2025)

Conforme Kovach e Rosenstiel (2014), “a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade”, o que implica não apenas registrar um fato, mas também interpretá-lo e contextualizá-lo de forma que ajude a sociedade a entender seu impacto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da utilização do Instagram pela Prefeitura de Gurupi evidencia a crescente relevância das redes sociais como instrumentos de comunicação governamental no contexto contemporâneo. A presença da gestão municipal na plataforma demonstra um esforço de adaptação às novas dinâmicas comunicacionais, que exigem rapidez, clareza, transparência e capacidade de diálogo com os cidadãos. Por meio da observação das publicações, tornou-se

possível identificar padrões de conteúdo, estratégias de engajamento e práticas de interação que revelam tanto avanços quanto limitações na comunicação institucional adotada.

Os resultados obtidos indicam que o perfil oficial cumpre um papel significativo na divulgação de ações, campanhas e serviços públicos, contribuindo para manter a população informada. No entanto, observa-se que a comunicação ainda é predominantemente centrada na transmissão de informações, apresentando menor ênfase na construção de um diálogo efetivo e participativo, conforme destacam Jenkins (2009) e Mergel (2013). A interação com os cidadãos ocorre de forma limitada, podendo ser ampliada por meio de estratégias que incentivem maior envolvimento, como conteúdos participativos, enquetes, chamadas à ação, respostas mais frequentes aos comentários e uso de recursos multimídia.

Neste contexto, a responsabilidade de identificar as estratégias de comunicação e engajamento adotadas pela gestão pública na plataforma recai sobre o pesquisador, que realizará a análise sistemática das publicações, categorizando tipos de conteúdo, formatos e recursos utilizados para interagir com os usuários. De forma complementar, o pesquisador também terá a tarefa de verificar de que maneira o perfil contribui para a transparência, a aproximação institucional e a construção da imagem pública do governo municipal, considerando não apenas a forma e frequência das postagens, mas também o alcance, a repercussão e o potencial de engajamento da população.

A partir da análise realizada, constata-se que o Instagram possui um grande potencial para fortalecer a transparência, melhorar a acessibilidade das informações públicas e aproximar a administração municipal da comunidade. Entretanto, esse potencial depende de um planejamento comunicacional contínuo, estruturado e alinhado às demandas da população, bem como às diretrizes de comunicação pública. Este estudo, portanto, contribui para a compreensão das práticas comunicacionais adotadas pela Prefeitura de Gurupi e oferece subsídios para que futuras ações possam ser aprimoradas, ampliando a efetividade da comunicação digital governamental.

Por fim, destaca-se que a pesquisa abre espaço para estudos futuros que investiguem comparativamente outros municípios, explorem diferentes plataformas digitais ou analisem a percepção dos cidadãos sobre a comunicação institucional. Assim, reforça-se a importância de compreender a comunicação pública no ambiente digital como um campo dinâmico, em constante evolução e essencial para o fortalecimento da cidadania, da governança democrática e da imagem institucional junto à população.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2013.

DUARTE, Jorge. *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia*. São Paulo: Atlas S.A., 2011.

ENGE, E. *Influencer Marketing: what is and why you need to be doing it.* Moz, 2012.

Disponível em:

<<https://moz.com/blog/influencer-marketing-what-it-is-and-why-you-need-to-be-doing-it>>.

Acesso em: 25 mar. 2025.

GONÇALVES, Valesca Vitória; PONTES, Joyce Karoline Pinto Oliveira; CORREIA, Clifton Morais. **Análise da presença digital da Prefeitura de Gurupi (TO) no Instagram.** In: Intercom – 22º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte, 28 a 30 maio 2025. Online.

HABERMAS, Jürgen. **The Theory of Communicative Action.** Boston: Beacon Press, 1984.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Gurupi – TO.**

2024. Disponível em:

<<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/to/gurupi.html>>. Acesso em: 03 dez. 2025.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir.** 3. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2014.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: Do tradicional ao digital.** Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

MATOS, Heloiza. **Comunicação Pública: reflexões e práticas.** São Paulo: Atlas, 2009.

OPINION BOX. *Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: 2024.* Disponível em:

<<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>>. Acesso em: 03 dez. 2025.

PINHO, José Antônio. **A transparência na gestão pública.** Fundação Getúlio Vargas, 2008.

PREFEITURA DE GURUPI. **Instagram @prefeituradegurupi_.** 2025. Disponível em:

<https://www.instagram.com/prefeituradegurupi_>. Acesso em: 03 dez. 2025.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2014.

REIS, Y. M. **O uso das redes sociais pela prefeitura municipal de Gurupi- TO: O marketing digital na comunicação pública.** UNIRG - UNIVERSIDADE DE GURUPI - 2019. Disponível em <https://repositorio.unirg.edu.br/documento/251>. Acesso em 02/12/2025.

ROCHA, Andreia; MORAIS, Clifton; PÔRTO JUNIOR, Francisco Gilson Rebouças. **O newsmaking na fanpage e site da prefeitura de Gurupi: aplicação da teoria no aniversário de 60 anos da cidade.** In: *Media Effects*, vol. 7: Efeitos de Framing, Newsmaking e Semiótica. 2018.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação Ubíqua: repercussões na cultura e na educação.** São Paulo: Paulus, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são.** 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.