

COMUNICAÇÃO PÚBLICA MUNICIPAL: O CASO DO INSTAGRAM NOS MUNICÍPIOS DO MACIÇO DE BATURITÉ

Luana Náthaly de Castro Silva ¹

Luís Miguel Dias Caetano ²

RESUMO

O estudo analisa como as prefeituras dos 13 municípios do Maciço de Baturité utilizam o Instagram como instrumento de comunicação pública e o alinhamento das práticas aos princípios da Administração Pública. A pesquisa adota abordagem metodológica mista, incluindo mapeamento da presença digital, análise manual de sentimentos, aplicação de formulário com 130 moradores e mensuração por meio do ICPD-Instagram, índice criado para avaliar legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. Os resultados indicam avanços em legalidade, clareza informacional e eficiência, especialmente no uso estratégico de recursos visuais e na percepção de transparência. Contudo, observam-se fragilidades em impessoalidade e moralidade, refletidas em personalismo, inconsistências éticas e ausência de neutralidade em determinadas postagens. Conclui-se que, apesar da consolidação do Instagram como canal de diálogo e visibilidade, sua plena efetividade depende de maior profissionalização, padronização institucional e compromisso contínuo com práticas éticas e transparentes orientadas ao interesse público.

Palavras-chave: Comunicação Pública; Instagram; Princípios da Administração Pública; Maciço de Baturité.

ABSTRACT

The study analyzes how the city governments of the 13 municipalities in the Maciço de Baturité region use Instagram as a public communication tool and examines the extent to which their practices align with the principles of Public Administration. The research adopts a mixed-methods approach, including mapping institutional digital presence, manually conducting sentiment analysis of comments, administering a survey with 130 residents, and measuring performance through the ICPD-Instagram, an index developed to assess legality, impersonality, morality, publicity, and efficiency. The results indicate advances in legality, informational clarity, and efficiency, especially in the strategic use of

visual resources and the perception of transparency. However, weaknesses were identified in impersonality and morality, evidenced by personalism, ethical inconsistencies, and lack of institutional neutrality in certain posts. It is concluded that, although Instagram is a consolidated channel for dialogue and visibility, its full effectiveness as a democratic communication tool requires greater professionalization, institutional standardization, and a continuous commitment to ethical, transparent, and public-interest-oriented practices.

Keywords: Public Communication; Instagram; Public Administration Principles; Maciço de Baturité.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, observou-se um aumento expressivo no uso das redes sociais pelas prefeituras municipais como forma de estabelecer canais oficiais de comunicação com os cidadãos. Entre essas plataformas, o Instagram tem ocupado posição central, tanto por sua popularidade quanto pela capacidade de difundir informações de interesse público de maneira rápida, visual e interativa. No entanto, apesar desse avanço, o modo como essa ferramenta é utilizada varia significativamente entre as entidades, revelando diferentes níveis de profissionalização, engajamento e comprometimento com a comunicação pública.

Nesse contexto, observa-se que o Maciço de Baturité, situado na região serrana do Ceará, a aproximadamente 100 km de Fortaleza (Ceará, 2015), constitui um território marcado por dinâmicas sociais e administrativas que vêm se transformando com a expansão das tecnologias digitais. Diante desse cenário, o presente artigo pretende analisar o alinhamento da comunicação institucional das prefeituras do Maciço de Baturité no Instagram aos princípios da Administração Pública — legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência — previstos no *caput* do art. 37 da Constituição Federal de 1988 (Brasil, 1988).

Com vistas a isso, o estudo contempla ainda os seguintes objetivos específicos: (1) mapear a presença digital institucional das prefeituras, a fim de fornecer um diagnóstico inicial sobre a visibilidade institucional na região serrana do Maciço; (2) analisar os sentimentos manifestados pelos cidadãos nos comentários das publicações, buscando captar com precisão a percepção real da população; (3) investigar a percepção dos cidadãos por meio de um formulário, identificando possíveis divergências em relação ao conceito

teórico; (4) avaliar o grau de alinhamento das práticas comunicacionais das prefeituras utilizando o ICPD-Instagram.

A justificativa para esta pesquisa é por uma lacuna teórica e empírica sobre a operacionalização da comunicação pública em plataformas visuais como o Instagram, especialmente em pequenos e médios municípios do interior do Ceará. Embora existam estudos sobre redes sociais e governo (p.ex. análises de e-government e uso de mídias sociais por administrações locais), há escassez de investigações que integrem mapeamento institucional, análise de sentimento do público e mensuração padronizada específica para Instagram a partir de princípios constitucionais — lacuna que este trabalho busca preencher ao propor e aplicar o ICPD-Instagram.

Do ponto de vista social, a pesquisa contribui para o fortalecimento da transparência, accountability e participação cidadã: ao identificar fragilidades e boas práticas, oferece subsídios práticos para a melhoria da comunicação institucional, beneficiando gestores, servidores e cidadãos. Institucionalmente, os resultados podem orientar políticas locais de comunicação e capacitação das equipes, ajudando a profissionalizar as postagens e reduzir personalismos que comprometem a impessoalidade e a moralidade administrativa. Finalmente, a escolha do Maciço de Baturité decorre de sua heterogeneidade demográfica e turística e da centralidade local do Instagram como canal público — características que tornam a região um terreno fértil para compreender fenômenos comuns a outras regiões interioranas.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO MACIÇO DE BATURITÉ

O campo empírico deste estudo é o Maciço de Baturité, uma região serrana localizada no Ceará é composta por 13 municípios: Acarape, Aracoiaba, Aratuba, Barreira, Baturité, Capistrano, Guaramiranga, Itapiúna, Mulungu, Ocara, Pacoti, Palmácia e Redenção. Trata-se de uma das áreas mais singulares do estado, caracterizada por um relevo de serras úmidas em meio ao clima semiárido, o que faz do Maciço um dos poucos enclaves de Mata Atlântica no Ceará. Essa particularidade climática e ambiental resulta em temperaturas mais amenas, grande biodiversidade e paisagens que contrastam com a maior parte do território cearense.

A região destaca-se por sua relevância histórica, cultural e ambiental, abrigando parte da Área de Proteção Ambiental (APA) da Serra de Baturité, reconhecida por sua importância ecológica e por práticas de preservação que envolvem tanto o poder público

quanto comunidades locais. Além disso, o Maciço guarda marcas históricas importantes, como antigos engenhos, patrimônios religiosos e o papel central de Redenção, primeiro município brasileiro a libertar escravizados, fato que hoje sustenta um simbolismo político e educacional reforçado pela presença da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB).

Outro aspecto relevante é a diversidade social e econômica da região, que combina agricultura familiar, produção de café sombreado, comércio, serviços e um turismo ecológico crescente. Municípios como Guaramiranga e Pacoti, por exemplo, tornaram-se referências em festivais culturais, trilhas, gastronomia e hospedagem, atraindo visitantes de diferentes estados.

Além do valor ambiental e cultural, o Maciço apresenta intenso fluxo turístico e forte presença de identidades locais, fatores que tornam a comunicação institucional das prefeituras um instrumento estratégico para promover serviços públicos, mobilizações sociais, divulgação de eventos e incentivo ao turismo. O desafio de comunicar para públicos internos (moradores) e externos (turistas) exige uma gestão ativa das redes sociais, especialmente no Instagram, que hoje é um dos principais canais de visibilidade municipal.

Por esses motivos, analisar como os municípios utilizam o Instagram para comunicar ações das prefeituras da região permite identificar padrões e desafios que podem refletir realidades semelhantes em outras regiões interioranas do Brasil, especialmente aquelas que também precisam equilibrar preservação ambiental, desenvolvimento econômico e promoção de identidades locais.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A comunicação pública refere-se aos processos e práticas comunicacionais desenvolvidos por instituições públicas com a finalidade de informar, dialogar e promover a participação social, estando orientada tanto para a transparência quanto para a legitimidade das ações estatais (Duarte, 2007). O fortalecimento desse conceito no Brasil ocorreu especialmente a partir do processo de redemocratização e da promulgação da Constituição de 1988, quando o direito à informação, a publicidade e a transparência dos atos estatais assumiram lugar central na gestão pública (Brandão, 2009). Desde então, a

comunicação passou a ser compreendida não apenas como transmissão de mensagens, mas como uma prática social estratégica, orientada à construção de vínculos de confiança, ao diálogo e à efetivação da cidadania (Bueno, 2014).

Segundo Duarte (2007), a comunicação pública deve orientar-se por princípios como transparência, acesso à informação, interação e mecanismos de ouvidoria social, tendo o cidadão como sujeito central do processo comunicativo. Dessa forma, ultrapassa a simples divulgação institucional, configurando-se como um espaço de diálogo entre Estado e sociedade e como instrumento de fortalecimento da cidadania.

Com o avanço das tecnologias da informação e a popularização das redes sociais digitais, especialmente a partir da segunda década do século XXI, a comunicação pública passou a se desenvolver em ambientes mais interativos e participativos. Estudos de caso e investigações empíricas recentes corroboram essa tendência (Félix dos Santos, 2024; Recuero, 2014). Nesse mesmo sentido, Mergel (2013) destaca que o comportamento comunicacional das instituições no ambiente digital envolve práticas contínuas de monitoramento, análise e interação, uma vez que as redes sociais operam de forma dinâmica e baseada em fluxos constantes de participação. Esse entendimento reforça a necessidade de uma comunicação governamental mais responsiva, orientada por evidências e sensível às formas de engajamento digital.

Ademais, abordagens sobre governo digital apontam que as plataformas on-line constituem um ecossistema multidimensional que envolve tecnologia, processos institucionais, cultura organizacional e relações com o cidadão. Criado e Gil-García (2013) argumentam que a atuação do Estado em ambientes digitais depende da articulação entre essas dimensões, o que ajuda a compreender por que redes sociais como o Instagram se tornaram relevantes para estratégias comunicacionais contemporâneas.

Neste panorama, plataformas como o Instagram também ganham destaque por sua natureza visual e dinâmica, características que ampliam as possibilidades de interação e de aproximação entre instituições públicas e cidadãos. Embora autores como Félix dos Santos (2024), Recuero (2014) e Mergel (2013) tratem das redes sociais e do comportamento institucional em ambientes digitais de forma geral, suas análises ajudam a compreender como esses espaços vêm se consolidando como ferramentas importantes para fortalecer a comunicação governamental e estimular práticas mais participativas. O meio digital, portanto, configura-se como um espaço de transformação das práticas comunicacionais do

poder público, impulsionando formas de comunicação mais responsivas, transparentes e orientadas ao diálogo.

3.2 PRINCÍPIOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Os princípios constitucionais que regem a Administração Pública — legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência — constituem a base normativa da atuação estatal e funcionam como critérios de validade e legitimidade dos atos administrativos (Brasil, 1988). Para Di Pietro (2020), esses princípios orientam tanto o comportamento da administração quanto os limites jurídicos e éticos que devem pautar suas práticas, inclusive no campo da comunicação pública. Já Meirelles (2009) destaca que estes balizadores não apenas disciplinam a atuação estatal, mas também asseguram a transparência e o controle social sobre suas decisões.

A legalidade, princípio estruturante, determina que toda ação comunicacional das prefeituras esteja vinculada às normas e finalidades públicas. A publicidade, por sua vez, assume centralidade no campo da comunicação pública ao exigir que atos, programas e serviços sejam divulgados de forma acessível, clara e compreensível para a população, garantindo a fiscalização cidadã. A eficiência também se relaciona diretamente ao uso estratégico de plataformas digitais, pois exige racionalidade, otimização de recursos e melhoria dos processos comunicacionais. Já os princípios da impessoalidade e da moralidade impõem limites éticos e institucionais, vedando personalismos, favorecimentos e práticas que desviem a finalidade pública ou comprometam a integridade administrativa (Di Pietro, 2020; Meirelles, 2009).

Por essa razão, o uso de mídias sociais por prefeituras — como o Instagram — requer diretrizes claras, normatização e mecanismos de responsabilização para assegurar a conformidade com os princípios constitucionais. A literatura aponta que, quando orientadas por políticas públicas adequadas e planejamento estratégico, as plataformas digitais podem fortalecer a transparência, ampliar o acesso à informação e favorecer a participação cidadã. Contudo, conforme destacam Rothberg e Liberato (2013) e Bueno (2014), na ausência de critérios técnicos e de uma gestão comunicacional estruturada, a presença digital do poder público tende a se tornar superficial, fragmentada ou pouco efetiva do ponto de vista democrático, comprometendo a atuação institucional no ambiente digital.

4 METODOLOGIA

O presente estudo adota uma natureza mista, combinando abordagens quantitativa e qualitativa, com caráter descritivo e exploratório. A pesquisa foi estruturada em quatro etapas metodológicas complementares, que permitem uma visão completa da comunicação pública digital na região. A escolha por uma abordagem mista encontra respaldo na literatura sobre pesquisas em mídias sociais e governo digital. Mergel (2013) aponta que a análise de ambientes digitais exige combinar dados quantitativos — que mostram padrões e alcance — com interpretações qualitativas capazes de revelar percepção, sentido e interação. De forma semelhante, Criado & Gil-García (2013) demonstra que o e-gov é um fenômeno multidimensional, o que sugere a conveniência de uma abordagem que integre diferentes fontes de evidência.

4.1 MAPEAMENTO DE PRESENÇA DIGITAL INSTITUCIONAL

Na primeira etapa, realizou-se o levantamento dos perfis oficiais das prefeituras no Instagram (@governodeacarape, @governodearacoiaba, @prefeituradearatuba, @prefeituradebarreiraoficial, @prefeitura.baturite, @governodecapistrano, @prefguaramiranga, @govitapiuna, @prefeiturademulungue, @prefeituradeocara, @prefeituradepacoti, @prefeiturapalmacia e @governoderedencao).

Em seguida, foram coletados dados referentes ao número de seguidores e quantidade de publicações do Instagram. Além disso, o número total da população de cada município, permitindo o mapeamento de indicadores do alcance proporcional e presença digital. Essa etapa fornece o diagnóstico inicial da visibilidade institucional na região serrana do Ceará. O mapeamento foi essencial porque ele mostra como os municípios ocupam o Instagram em termos de presença, alcance e atividade. Isso cumpre a primeira parte do objetivo da pesquisa e prepara o terreno para entender como essas práticas influenciam a percepção dos cidadãos e os princípios da comunicação pública

4.2 ANÁLISE DE SENTIMENTOS

A segunda etapa consistiu na análise manual de sentimentos dos comentários publicados nas postagens dos perfis oficiais das prefeituras entre 1º de janeiro e 30 de junho de 2025. Cada comentário foi classificado como positivo ou negativo, considerando manifestações de apoio, satisfação, crítica ou insatisfação, para depois identificar o

percentual de cada categoria e os tipos de comentários que mais se destacam. Comentários compostos apenas por emojis foram desconsiderados

O recorte temporal foi adotado por três motivos metodológicos e práticos: (1) seis meses constituem um intervalo suficientemente longo para capturar variações sazonais de comunicação (ações rotineiras, campanhas e eventuais picos), sem incorporar ruído excessivo que tornaria a análise impraticável; (2) a coleta nesse período garante comparabilidade entre municípios no mesmo contexto administrativo e político (mesma gestão municipal), evitando a mistura com períodos eleitorais ou de transição que alterariam substancialmente as estratégias comunicacionais; e (3) a literatura sobre amostragem e conteúdo em mídias sociais recomenda períodos de vários meses ou amostragens construídas (*constructed week / probabilistic sampling*) para assegurar robustez dos achados — portanto, o intervalo de seis meses foi considerado adequado para a análise manual de comentários e para a mensuração por índice, conciliando validade e viabilidade operacional.

Os critérios de seleção dos comentários relevantes basearam-se naqueles que melhor representaram o tipo de sentimento predominante entre os usuários analisados em cada município, não havendo qualquer processamento automatizado de dados. Para cada município, os percentuais foram calculados pela fórmula:

$$\text{Sentimento(\%)} = (\text{Número de comentários} \times 100) / (\text{Total de comentários})$$

Essa análise manual é importante porque permite captar com precisão a percepção real dos cidadãos, identificando nuances que sistemas automáticos não detectaram. Além disso, os sentimentos expressos nos comentários refletem diretamente como a população avalia a publicidade, a eficiência, a moralidade e a impessoalidade das ações divulgadas pelas prefeituras, conectando a análise aos princípios constitucionais que orientam a Administração Pública.

4.3 PERCEPÇÃO CIDADÃ

A terceira etapa envolveu a aplicação de um formulário online com moradores dos 13 municípios da região: Acarape, Aracoiaba, Aratuba, Barreira, Baturité, Capistrano, Guaramiranga, Itapiúna, Mulungu, Ocara, Pacoti, Palmácia e Redenção. O instrumento contou com, no mínimo, dez participantes por cidade, totalizando 130 respondentes. O formulário foi composto por 22 perguntas elaboradas com base nos princípios da Administração Pública, com o objetivo de investigar possíveis divergências entre o

conceito teórico e a percepção dos cidadãos sobre a comunicação institucional nas redes sociais.

A coleta de respostas ocorreu entre os dias 13 de outubro de 2025 e 21 de novembro de 2025. As respostas foram automaticamente convertidas em gráficos pelo próprio sistema (Google Forms), permitindo a visualização estatística das frequências. Esses gráficos foram posteriormente exportados em formato de imagem e inseridos no artigo para apresentação dos resultados.

Para fins de análise, não foram utilizados todos os gráficos gerados pelo formulário aplicado. Selecionaram-se apenas aqueles que se relacionam diretamente com o objetivo do estudo - compreender como as prefeituras do Maciço utilizam o Instagram como instrumento de comunicação pública - e que permitem avaliar o alinhamento das práticas comunicacionais aos princípios constitucionais da Administração Pública (legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência). Nesse sentido, a análise concentra-se nos gráficos derivados das nove perguntas consideradas mais relevantes.

Quadro 1 – Perguntas utilizadas no formulário

	Perguntas
P1	Qual sua cidade?
P2	Idade
P3	Gênero
P4	Qual a regularidade com que acompanha o instagram da prefeitura da sua cidade?
P5	Tempo de residência no município
P6	O perfil publica informações que respeitem as leis e normas aplicáveis à administração pública.
P7	O conteúdo divulgado demonstra compromisso com o interesse coletivo e com os direitos dos cidadãos.
P8	As postagens apresentam informações institucionais de forma responsável e de acordo com as regras da gestão pública.
P9	As postagens destacam a instituição pública e suas ações, evitando a promoção pessoal de gestores ou figuras políticas.
P10	O perfil transmite a ideia de que o espaço pertence à comunidade e representa os interesses coletivos da população.
P11	As mensagens são redigidas de forma imparcial, transmitindo confiança e credibilidade à gestão pública.

P12	O perfil mantém uma postura ética e responsável, sem servir a interesses privados, partidários ou eleitorais.
P13	O conteúdo é produzido com ética, respeito e compromisso com o cidadão.
P14	As publicações demonstram integridade e transparência nas informações apresentadas pela prefeitura.
P15	As ações e informações da gestão municipal são divulgadas de forma clara, compreensível e acessível ao público
P16	O alcance das publicações é amplo e aberto a todos, garantindo que a população tenha acesso às informações sem restrições.
P17	O perfil do Instagram funciona como um canal de transparência, permitindo que os cidadãos acompanhem as atividades e resultados da administração municipal.
P18	A linguagem utilizada nas postagens é simples, direta e facilita a compreensão das informações.
P19	Os recursos visuais e interativos do Instagram são utilizados de forma estratégica para ampliar o alcance e a efetividade da comunicação.
P20	O perfil divulga informações práticas e relevantes que contribuem para o dia a dia dos cidadãos.
P21	Na sua opinião, de que forma o perfil do Instagram da prefeitura poderia melhorar a comunicação com a população do seu município?
P22	O que mais chama sua atenção nas postagens da prefeitura no Instagram: o conteúdo informativo, a forma de comunicação, ou a presença dos gestores?

Fonte: Elaborado pela autora em colaboração com o orientador Prof. Miguel Dias (2025).

4.4 MENSURAÇÃO PELO ICPD-INSTAGRAM

Por derradeiro, na quarta etapa, os dados do formulário foram mensurados por meio do Índice de Comunicação Pública Digital no Instagram Municipal (ICPD-Instagram), métrica desenvolvida especificamente para este estudo e validada teoricamente pelo professor orientador. O Índice de Comunicação Pública Digital no Instagram Municipal (ICPD-Instagram) foi desenvolvido com o propósito de oferecer uma métrica padronizada e teoricamente fundamentada para avaliar o grau de alinhamento das práticas comunicacionais das prefeituras aos princípios constitucionais da Administração Pública. O instrumento organiza um conjunto de itens distribuídos conforme os cinco princípios constitucionais — legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência — permitindo que cada dimensão seja analisada a partir de critérios específicos relacionados à atuação comunicacional das instituições públicas no ambiente digital. A organização detalhada dos princípios, itens e respectivas dimensões encontra-se sistematizada no

quadro apresentado anteriormente, o que assegura transparência estrutural e rigor metodológico ao índice.

Cada item do ICPD-Instagram foi avaliado pelos participantes por meio de uma escala Likert de cinco pontos (1 = discordo totalmente; 5 = concordo totalmente), possibilitando a mensuração do nível de concordância em relação à presença dos princípios da administração pública nas publicações analisadas. A partir das respostas obtidas, procedeu-se ao cálculo da média e do desvio padrão de cada princípio. A média representa o grau geral de conformidade percebido pelos respondentes, enquanto o desvio padrão indica o nível de dispersão ou consenso nas avaliações, permitindo identificar se há homogeneidade ou divergência nas percepções atribuídas ao desempenho comunicacional de cada prefeitura.

O cálculo dessas medidas possibilitou comparar o desempenho entre os diferentes princípios, bem como identificar quais deles apresentam maior aderência às práticas comunicacionais observadas e quais demandam aprimoramento. Além disso, a estrutura do ICPD-Instagram permite que o índice seja replicado em outros municípios, regiões ou períodos de análise. Para sua reutilização, basta empregar o mesmo conjunto de itens, aplicar a escala Likert de cinco pontos e replicar o procedimento estatístico de cálculo da média e do desvio padrão para cada princípio. Dessa forma, o instrumento apresenta elevado potencial de replicabilidade, contribuindo para futuros estudos que busquem avaliar, comparar ou monitorar a qualidade da comunicação pública digital em diferentes contextos institucionais.

Quadro 2 - Itens e dimensões do ICPD-Instagram

Princípio	Item	Dimensão
Legalidade	O perfil publica informações que respeitam as leis e normas aplicáveis à administração pública.	Conformidade normativa
	O conteúdo divulgado demonstra compromisso com o interesse coletivo e com os direitos dos cidadãos.	Interesse público
	As postagens apresentam informações institucionais de forma responsável e de acordo com as regras da gestão pública.	Responsabilidade institucional
	As postagens destacam a instituição pública e suas ações, evitando a promoção pessoal de gestores ou figuras	Neutralidade institucional

Impessoalidade	políticas.	
	O perfil transmite a ideia de que o espaço pertence à comunidade e representa os interesses coletivos da população.	Coletividade e interesse público
	As mensagens são redigidas de forma imparcial, transmitindo confiança e credibilidade à gestão pública.	Imparcialidade comunicacional
Moralidade	O perfil mantém uma postura ética e responsável, sem servir a interesses privados, partidários ou eleitorais.	Finalidade pública
	O conteúdo é produzido com ética, respeito e compromisso com o cidadão.	Ética institucional
	As publicações demonstram integridade e transparência nas informações apresentadas pela prefeitura.	Integridade comunicacional
Publicidade	As ações e informações da gestão municipal são divulgadas de forma clara, compreensível e acessível ao público.	Clareza e acessibilidade da informação
	O alcance das publicações é amplo e aberto a todos, garantindo que a população tenha acesso às informações sem restrições.	Amplitude do alcance público
	O perfil do Instagram funciona como um canal de transparência, permitindo que os cidadãos acompanhem as atividades e resultados da administração municipal.	Transparência comunicacional
Eficiência	A linguagem utilizada nas postagens é simples, direta e facilita a compreensão das informações.	Clareza comunicacional
	Os recursos visuais e interativos do Instagram são utilizados de forma estratégica para ampliar o alcance e a efetividade da comunicação.	Uso estratégico dos recursos digitais
	O perfil divulga informações práticas e relevantes que contribuem para o dia a dia dos cidadãos.	Utilidade pública da informação

Fonte: Elaborado pela autora em colaboração com o orientador Prof. Miguel Dias (2025).

Cabe ressaltar que, nas etapas em que houve apoio de Inteligência Artificial (ChatGPT, OpenAI), sua utilização ocorreu apenas de forma operacional e supervisionada, sem qualquer transferência de etapas interpretativas ou analíticas. Na análise de sentimentos, após a classificação manual dos comentários pela autora, a IA foi empregada exclusivamente para conferir a aplicação da fórmula de cálculo da porcentagem de cada

sentimento, conforme apresentado no ponto 4.2 (“Sentimento(%) = (Número de comentários × 100)/(Total de comentários)”). Já na mensuração do ICPD-Instagram, após o cruzamento manual das respostas do formulário com os princípios, itens e dimensões apresentados no Quadro 2, a IA foi utilizada apenas para calcular e conferir os valores de média e desvio-padrão.

Essa forma de utilização restrita e supervisionada está alinhada às recomendações de Sampaio et al. (2024), que evidenciam que a IA pode atuar como ferramenta de apoio em pesquisas qualitativas, desde que não substitua a interpretação humana e seja empregada com consciência metodológica e ética. Todas as etapas que envolvem leitura crítica, interpretação dos dados, análise dos princípios constitucionais, enquadramentos conceituais, seleção de comentários representativos e discussão dos achados foram conduzidas exclusivamente pela autora. Assim, a IA atuou apenas como instrumento auxiliar, garantindo transparência, rigor metodológico e a manutenção plena da responsabilidade analítica da pesquisa.

5 APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

5.1 ANÁLISE DE PRESENÇA DIGITAL INSTITUCIONAL

A análise da presença digital dos municípios permite compreender não apenas o alcance comunicacional das prefeituras, mas também o grau de engajamento e a regularidade com que utilizam a plataforma. A seguir, são apresentados dados comparativos com o objetivo de identificar padrões e diferenças na atuação digital das administrações municipais.

Quadro 3 – População municipal, seguidores no Instagram e número de postagens

Município	Nº de habitantes	Nº de seguidores no instagram	Nº de postagens no instagram
Acarape	14.027	8.784	1.098
Aracoiaba	25.553	22.300	4.333
Aratuba	11.224	26.000	3.592
Barreira	23.351	12.300	397
Baturité	35.218	40.400	372
Capistrano	17.254	7.605	663

Guaramiranga	5.654	27.500	374
Itapiúna	18.228	4.842	424
Mulungu	10.569	17.800	2.934
Ocara	24.007	24.600	584
Pacoti	11.186	20.700	2.953
Palmácia	10.242	9.094	383
Redenção	27.214	14.600	2.591

Fonte: Elaboração da autora; dados do IBGE e perfis oficiais do Instagram (acesso em 13 set. 2025).

Observou-se que a variação entre os municípios é um fator determinante para compreender o potencial de alcance da comunicação digital. Baturité, o município mais populoso da amostra (35.218 habitantes) e exibe o maior número de seguidores (40.400). Esse resultado sugere que a visibilidade nas redes sociais tende a ser proporcional ao tamanho da população, fazendo de Baturité uma referência em alcance digital entre os municípios analisados.

Entretanto, a relação entre o quantitativo de habitantes e seguidores demonstra casos notáveis de alto alcance digital. Os municípios de Aratuba (11.224 habitantes) e Guaramiranga (5.654 habitantes) apresentam um número de seguidores (26.000 e 27.500, respectivamente) que supera significativamente o total de suas populações. Essa tendência é um indicativo de que os perfis não são seguidos apenas por moradores, mas também por um público externo expressivo (como turistas, ex-moradores ou investidores), demonstrando a eficácia do perfil.

De forma oposta, Itapiúna (18.228 habitantes e 4.842 seguidores) e Capistrano (17.254 habitantes e 7.605 seguidores) demonstram um alcance relativamente menor, sugerindo um desafio na atração e fidelização do público interno ao canal oficial.

No que se refere à atividade dos perfis, observa-se uma disparidade ainda maior no número de postagens. Aracoiaba (4.333 posts) e Aratuba (3.592 posts) lideram em frequência de publicação, indicando um esforço contínuo para manter a publicidade das ações administrativas em alinhamento com o princípio da publicidade. Por outro lado, o município mais visível, Baturité (40.400 seguidores), está entre os menos ativos, registrando apenas 372 postagens. Guaramiranga (374 posts) e Palmácia (383 posts) também figuram com baixa frequência de atividade.

Os autores Duarte (2007) e Bueno (2014) destacam que a elevada visibilidade não necessariamente se traduz em alta frequência de conteúdo. Os municípios com alto volume de seguidores e baixa frequência de postagens podem estar comprometendo o princípio da eficiência, pois a plataforma não está sendo utilizada em sua capacidade máxima de comunicação contínua e utilidade pública. A análise da presença digital, portanto, estabelece que a simples adoção do Instagram (visibilidade) não garante a conformidade com as exigências de uma comunicação pública ativa e constante (atividade).

5.2 ANÁLISE DE SENTIMENTOS

A análise dos comentários das publicações no Instagram das prefeituras permitiu observar como os cidadãos têm reagido às ações divulgadas ao longo do período estudado. A seguir, apresentam-se os percentuais de sentimentos identificados em cada município, acompanhados de um comentário representativo do tipo predominante.

Quadro 4 – Percentuais de sentimentos identificados nos comentários

Município	Sentimento positivo (%)	Sentimento negativo (%)	Comentário relevante
Acarape	70%	30%	“Parabéns, minha terra amada!”
Aracoiaba	65%	35%	“Bela campanha, equipe responsável e comprometida em proteger as crianças.”
Aratuba	80%	20%	“Agradeço imensamente ao prefeito por tamanha atenção com a minha filha.”
Barreira	75%	25%	“Um sonho que se torna realidade. A saúde sendo tratada como prioridade.”
Baturité	60%	40%	“Falta fazer a nossa aqui no Conselheiro Estelita que tá puro mato e terra.”
Capistrano	55%	45%	“A escola é muito bonita, porém sabemos que não dura muito tempo.”
Guaramiranga	70%	30%	“Foi tudo lindo! Parabéns a nossa prefeita e a todos os envolvidos.”
Itapiúna	75%	25%	“Que notícia maravilhosa! Muito importante incentivar a leitura.”
Mulungu	75%	25%	“Parabéns ao município, que aprendi a amar como parte da experiência que a vida me deu.”
Ocara	65%	35%	“Deviam pensar em pagar os aposentados, tão

			preparados e querendo só festa?”
Pacoti	80%	20%	“Isso sim é cuidar das pessoas! Devolvendo visão a quem precisa!”
Palmácia	70%	30%	“O Casulo marcou gerações. Muito feliz em vê-lo revitalizado.”
Redenção	60%	40%	“Parabéns!!! Agora falta só a implementação do 1/3 de planejamento.”

Fonte: Elaboração própria (2025)

De modo geral, verificou-se predominância de comentários positivos nas interações analisadas, com destaque para os municípios de Aratuba e Pacoti, ambos com 80% de comentários favoráveis. As manifestações elogiosas evidenciam reconhecimento dos cidadãos em relação a ações administrativas específicas, como atenção à saúde e programas sociais. Comentários como *“Agradeço imensamente ao prefeito por tamanha atenção com a minha filha”* (Aratuba) e *“Isso sim é cuidar das pessoas! Devolvendo visão a quem precisa!”* (Pacoti) demonstram o impacto emocional positivo e a percepção de proximidade entre gestão pública e comunidade.

Em contrapartida, municípios como Capistrano (45%), Baturité (40%) e Redenção (40%) apresentaram os maiores índices de comentários negativos. Entretanto, tais manifestações não se configuram apenas como expressão de insatisfação, mas como exercício ativo de controle social, revelando um engajamento crítico dos cidadãos. As mensagens negativas expressam demandas objetivas e fiscalização direta das ações governamentais, como se observa em: *“Falta fazer a nossa aqui no Conselheiro Estelita que tá puro mato e terra”* (Baturité) e *“Agora falta só a implementação do 1/3 de planejamento”* (Redenção).

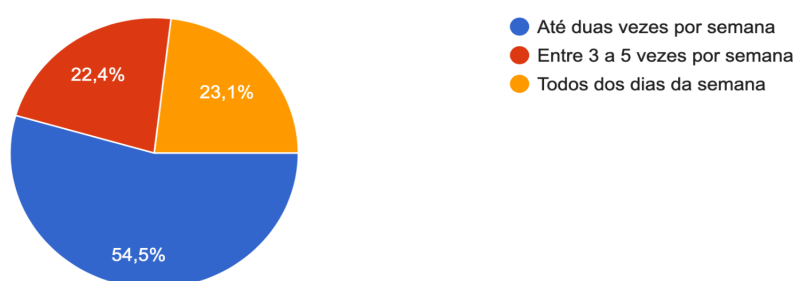
Os resultados da análise de sentimentos dialogam diretamente com as reflexões de Recuero (2014), para quem as redes sociais funcionam como ambientes de interação e produção de sentidos, nos quais elogios e críticas coexistem como parte da dinâmica comunicacional. A presença simultânea desses dois tipos de manifestação reforça também o que Mergel (2013) descreve sobre o papel das plataformas digitais na ampliação do engajamento entre governo e cidadãos.

5.3 ANÁLISE DA PERCEPÇÃO CIDADÃ

A análise da percepção cidadã via formulário permite compreender como os moradores dos 13 municípios avaliam a comunicação realizada pelas prefeituras no Instagram. Diferentemente das interações espontâneas observadas nos comentários das postagens, esta etapa reúne avaliações diretas dos participantes sobre aspectos relacionados à legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência da comunicação institucional.

Figura 1 – Respostas à pergunta: “Regularidade com que acompanha o Instagram da prefeitura.” (P4)

Qual a regularidade com que acompanha o Instagram da prefeitura da sua cidade?
134 respostas



Fonte: Formulário aplicado aos moradores (2025)

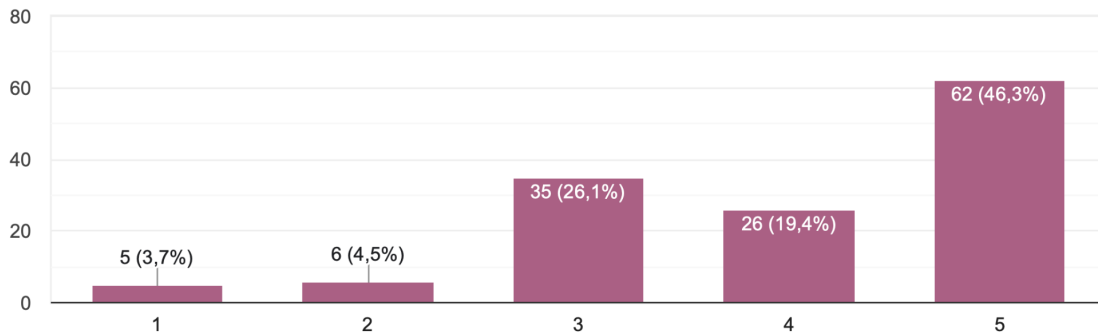
Esta pergunta identifica o grau de exposição e contato do cidadão com o conteúdo publicado pela prefeitura. Quanto maior a regularidade de acompanhamento, mais consistente e confiável é a percepção do respondente sobre a comunicação pública, o que é essencial para avaliar se o Instagram cumpre seu papel institucional.

O gráfico mostra que 54,5% acessam o perfil diariamente, indicando forte engajamento e confiança no canal. No entanto, os demais se dividem entre 23,1% que acessam de 3 a 5 vezes por semana e 22,4% que entram apenas até duas vezes, revelando que quase metade não acompanha de forma contínua. Esse cenário indica boa centralidade do Instagram, mas também aponta que o conteúdo pode não ser suficientemente atrativo ou relevante para manter todo o público engajado.

Figura 2 – Respostas à pergunta: “O perfil publica informações que respeitam as leis e normas aplicáveis à administração pública.” (P6)

O perfil publica informações que respeitam as leis e normas aplicáveis à administração pública.

134 respostas



Fonte: Formulário aplicado aos moradores (2025)

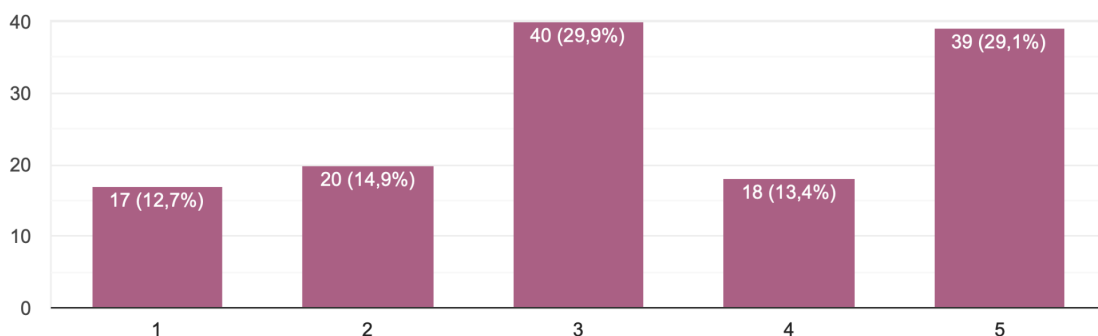
Avalia diretamente o princípio da legalidade, verificando se as postagens seguem normas oficiais e se o conteúdo possui caráter institucional adequado, atendendo ao objetivo de analisar se a comunicação está alinhada ao art. 37 da Constituição.

Apesar de 46,3% terem atribuído nota 5 e 19,4% nota 4, reforçando a percepção de legalidade, chama atenção que somados, 3,7% (nota 1), 4,5% (nota 2) e 26,1% (nota 3) representam quase um terço dos participantes com percepções medianas ou negativas. Isso indica que, embora o conteúdo seja majoritariamente visto como adequado, há dúvidas sobre a consistência das postagens com as normas oficiais, possivelmente por falhas pontuais de formalidade ou clareza institucional.

Figura 3 – Respostas à pergunta: “As postagens destacam a instituição pública e suas ações, evitando a promoção pessoal de gestores ou figuras políticas.” (P9)

As postagens destacam a instituição pública e suas ações, evitando a promoção pessoal de gestores ou figuras políticas.

134 respostas



Fonte: Formulário aplicado aos moradores (2025)

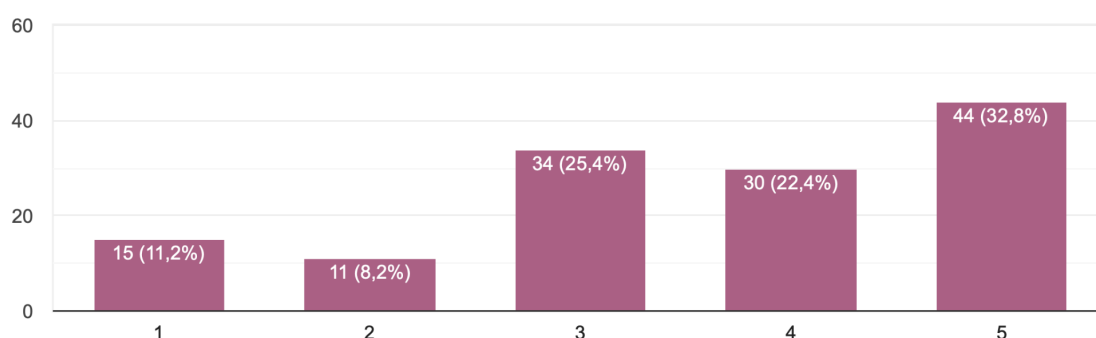
A pergunta mensura se o perfil privilegia a impessoalidade, evitando personalismo e autopromoção, um dos aspectos mais sensíveis da comunicação pública. Isso permite identificar desvios de função do Instagram enquanto canal institucional.

As notas se distribuem de forma heterogênea: 12,7% (1), 14,9% (2), 29,9% (3), 13,4% (4) e 29,1% (5). A soma das notas intermediárias e baixas (mais de 50%) evidencia que muitos cidadãos ainda identificam traços de personalismo ou promoção política. Apesar de uma parcela significativa avaliar positivamente, o equilíbrio entre avaliações altas e críticas indica que o perfil pode não estar conseguindo manter padrão constante de impessoalidade.

Figura 4 – Respostas à pergunta: “O perfil mantém uma postura ética e responsável, sem servir a interesses privados, partidários ou eleitorais.” (P12)

O perfil mantém uma postura ética e responsável, sem servir a interesses privados, partidários ou eleitorais.

134 respostas



Fonte: Formulário aplicado aos moradores (2025)

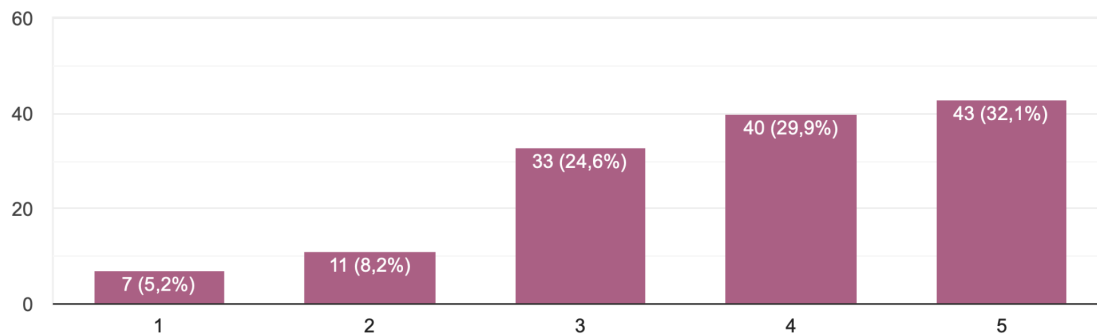
Relaciona-se ao princípio da moralidade, permitindo avaliar se o uso do Instagram é ético, transparente e comprometido com o interesse público, sem desvirtuamentos político-partidários.

A maioria atribui avaliações favoráveis — 32,8% (5) e 22,4% (4) — apontando percepção de ética e compromisso com o interesse público. Contudo, 11,2% (1) e 8,2% (2) revelam um grupo que interpreta o conteúdo como inadequado ou pouco responsável. Somado aos 25,4% que dão nota 3, o cenário sugere que a comunicação pode falhar em consistência ética em determinadas postagens, o que reduz a confiança de parte do público.

Figura 5 – Respostas à pergunta: “As publicações demonstram integridade e transparência nas informações apresentadas pela prefeitura.” (P14)

As publicações demonstram integridade e transparência nas informações apresentadas pela prefeitura.

134 respostas



Fonte: Formulário aplicado aos moradores (2025)

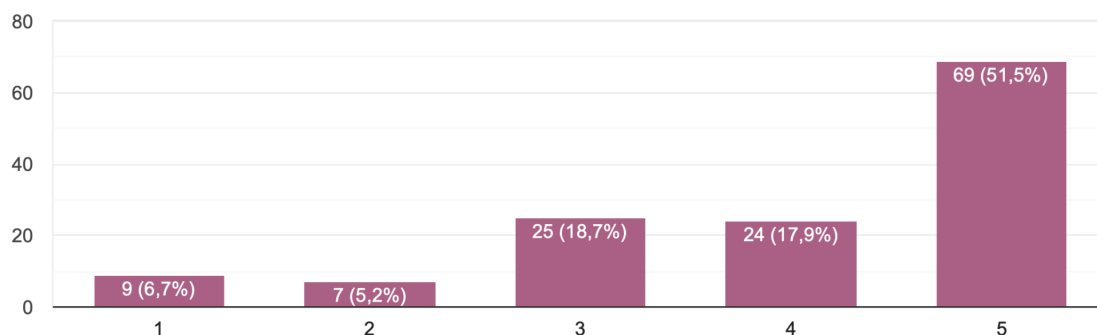
Atende ao princípio da publicidade e reforça a transparência, que é base da justificativa do estudo. Permite identificar se o perfil realmente funciona como ferramenta de divulgação clara e honesta das ações municipais.

As notas altas predominam — 29,9% (4) e 32,1% (5) — reforçando a percepção positiva de transparência. No entanto, 8,2% (1) e 8,2% (2), além de 24,6% (3), indicam que mais de 40% dos respondentes não veem plena clareza ou integridade em todas as publicações. Isso sugere que, embora o perfil seja bem avaliado, ainda há espaço para aprimorar a explicação, detalhamento e fundamentação das informações divulgadas.

Figura 6 – Respostas à pergunta: “As ações e informações da gestão municipal são divulgadas de forma clara, compreensível e acessível ao público.” (P15)

As ações e informações da gestão municipal são divulgadas de forma clara, compreensível e acessível ao público

134 respostas



Fonte: Formulário aplicado aos moradores (2025)

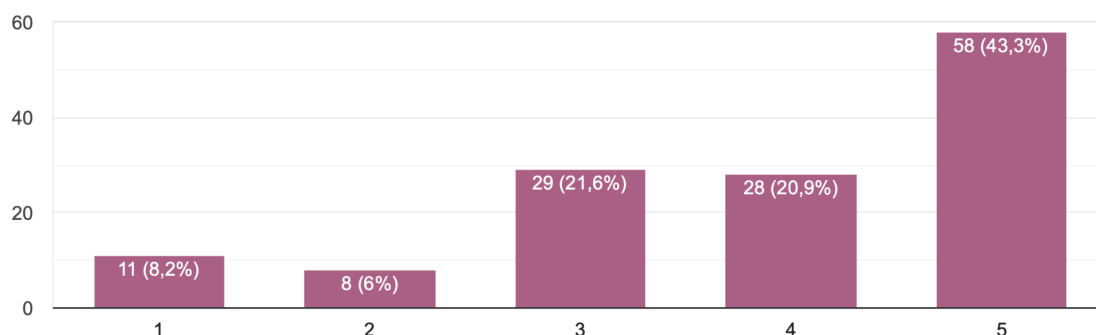
Avalia a qualidade comunicacional e a eficiência do Instagram como canal público, verificando se o conteúdo é compreendido pela população e cumpre sua função informativa.

A avaliação é majoritariamente positiva, com 51,5% (5) e 17,9% (4). Porém, 7,5% (1) e 5,2% (2) mostram que parte dos cidadãos encontra dificuldade para entender ou acessar as informações. Somados aos 18,7% (3), os resultados indicam que a linguagem, os formatos ou a organização do conteúdo podem não ser totalmente inclusivos, especialmente para públicos com menor familiaridade digital.

Figura 7 – Respostas à pergunta: “O perfil do Instagram funciona como um canal de transparência, permitindo que os cidadãos acompanhem as atividades e resultados da administração municipal.” (P17)

O perfil do Instagram funciona como um canal de transparência, permitindo que os cidadãos acompanhem as atividades e resultados da administração municipal.

134 respostas



Fonte: Formulário aplicado aos moradores (2025)

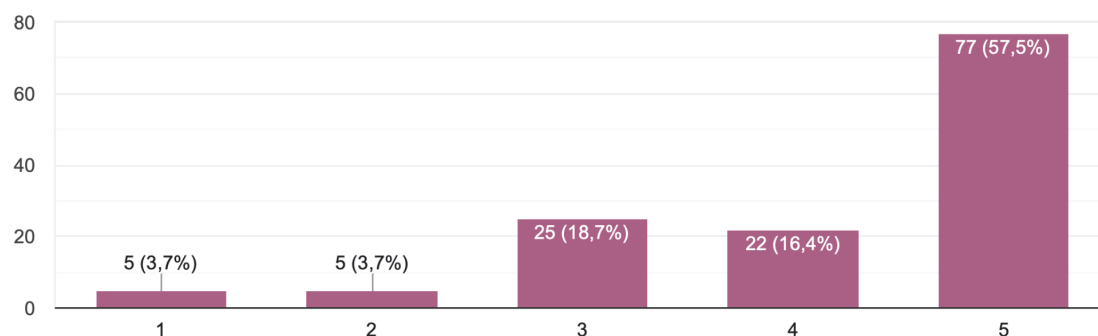
Essa pergunta está no núcleo do problema de pesquisa. Ela investiga o uso do Instagram como instrumento de transparência, elemento central tanto do objetivo quanto da justificativa, e permite medir sua relevância na relação governo-sociedade.

Os resultados revelam forte aprovação, com 43,3% (5) e 21,6% (4), consolidando a percepção do Instagram como instrumento transparente. Entretanto, 11,2% (1), 6,7% (2) e 21,2% (3) mostram que mais de um terço da população não percebe o canal como suficientemente transparente ou informativo. Isso indica carência de detalhamento, continuidade ou explicações aprofundadas sobre ações e resultados da gestão.

Figura 8 – Respostas à pergunta: “Os recursos visuais e interativos no Instagram são utilizados de forma estratégica para ampliar o alcance e a efetividade da comunicação.” (P19)

Os recursos visuais e interativos do Instagram são utilizados de forma estratégica para ampliar o alcance e a efetividade da comunicação.

134 respostas



Fonte: Formulário aplicado aos moradores (2025)

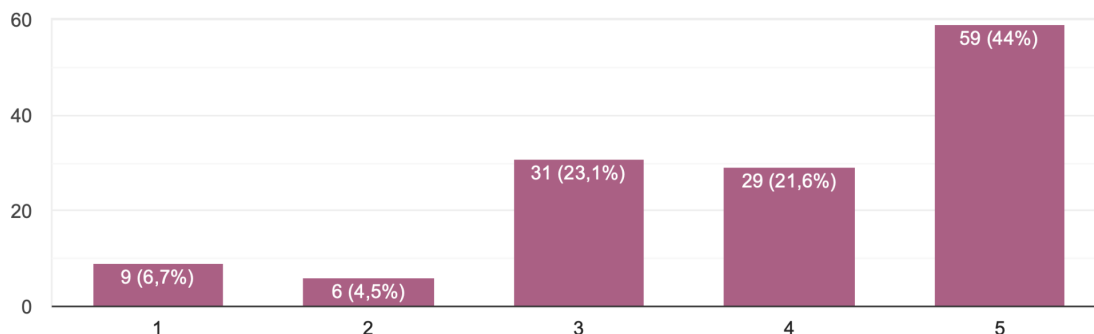
Avalia a estratégia comunicacional adotada pelas prefeituras, considerando o potencial multimodal do Instagram. Relaciona-se diretamente à eficiência e ao alcance das mensagens públicas.

A predominância da nota 5 (57,5%) e da nota 4 (16,4%) indica forte reconhecimento do uso eficiente dos recursos multimodais. Porém, 3,7% (1), 3,7% (2) e 18,7% (3) mostram que nem todos veem estratégia clara no uso desses elementos. Isso pode refletir inconsistências na qualidade visual, falta de interatividade contínua ou uso superficial dos formatos disponíveis.

Figura 9 – Respostas à pergunta: “O perfil divulga informações práticas e relevantes que contribuem para o dia a dia dos cidadãos.” (P20)

O perfil divulga informações práticas e relevantes que contribuem para o dia a dia dos cidadãos.

134 respostas



Fonte: Formulário aplicado aos moradores (2025)

Permite medir a utilidade pública da comunicação, aspecto essencial para compreender se o Instagram está sendo usado como instrumento real de prestação de serviços e informação, e não apenas como vitrine institucional.

Com 44% (5) e 21,6% (4), o perfil é amplamente percebido como útil ao cotidiano. No entanto, 6,7% (1) e 4,5% (2) — além dos 23,1% (3) — revelam que parte do público não vê as informações como suficientemente práticas ou aplicáveis. Isso indica que, apesar do bom desempenho, o perfil pode ainda priorizar conteúdos institucionais em detrimento de orientações diretamente úteis ao cidadão.

A partir das respostas do formulário, observa-se que a percepção dos cidadãos reforça as discussões de Duarte (2007) e Brandão (2009), que compreendem a comunicação pública como instrumento de acesso à informação e fortalecimento da cidadania. As avaliações positivas sobre clareza, utilidade e transparência indicam que parte dessas expectativas está sendo atendida pelas prefeituras. No entanto, as críticas relacionadas ao personalismo confirmam as advertências de Di Pietro (2020) e Meirelles (2009) sobre a necessidade de que a comunicação institucional preserve a impessoalidade e a finalidade pública. Assim, embora haja reconhecimento de avanços, as percepções registradas revelam que ainda persistem práticas que comprometem princípios fundamentais da Administração Pública.

5.4 ANÁLISE DE MENSURAÇÃO PELO ICPD-INSTAGRAM

Os resultados do ICPD-Instagram reforçam o que já havia sido evidenciado na percepção dos cidadãos, demonstrando que os princípios de legalidade e eficiência são

aqueles em que as prefeituras apresentam melhor desempenho, enquanto moralidade e impessoalidade permanecem como os principais pontos de fragilidade.

Quadro 5 - Média e desvio-padrão por princípio e item

Princípio	Item (resumido)	Média do item	DP do item	Média do princípio	DP do princípio
Legalidade	Respeito às leis	4,03	1,15	4,01	1,13
	Interesse coletivo	4,03	1,17		
	Informações institucionais corretas	4,00	1,09		
Impessoalidade	Destaque à instituição	3,41	1,35	3,55	1,33
	Representa interesses coletivos	3,59	1,33		
	Mensagens imparciais	3,60	1,29		
Moralidade	Postura ética	3,57	1,32	3,72	1,29
	Conteúdo ético e respeitoso	3,99	1,21		
	Integridade e transparência	3,75	1,15		
Publicidade	Divulgação clara e acessível	4,02	1,23	3,89	1,19
	Acesso aberto a todos	4,00	1,17		
	Instagram como canal de transparência	3,85	1,27		
Eficiência	Linguagem simples	4,27	1,05	4,09	1,14
	Recursos visuais estratégicos	4,20	1,10		
	Informações práticas ao cidadão	3,92	1,21		

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os resultados do quadro 5 revelam como os participantes percebem a aderência das prefeituras aos princípios da Administração Pública a partir das postagens no Instagram. De modo geral, os princípios de legalidade e eficiência foram os mais avaliados, com médias superiores a 4, o que indica que os cidadãos reconhecem que as informações divulgadas seguem normas institucionais, apresentam responsabilidade administrativa e utilizam uma linguagem clara, acessível e funcional. O princípio da publicidade apresentou

desempenho intermediário, sugerindo que, embora exista transparência e acesso às informações, ainda há espaço para ampliar a abertura e a clareza dos conteúdos.

Em contraste, os princípios de impessoalidade e moralidade foram os mais fragilizados, especialmente nos itens relacionados à neutralidade institucional, ausência de promoção pessoal e postura ética. Esses resultados sugerem que parte da população percebe traços de personalização da comunicação, com maior foco na figura dos gestores do que na instituição pública e no interesse coletivo.

A mensuração pelo ICPD-Instagram aprofunda a análise ao mostrar, de forma técnica e padronizada, até que ponto a comunicação das prefeituras realmente atende às exigências institucionais. Os melhores resultados em legalidade e eficiência confirmam a perspectiva de Duarte (2007), para quem práticas comunicacionais baseadas em clareza, organização e alinhamento normativo tendem a gerar maior consistência institucional.

Em oposição, as menores médias em impessoalidade e moralidade evidenciam exatamente o que Di Pietro (2020) aponta sobre a vulnerabilidade desses princípios: são dimensões sensíveis, facilmente comprometidas quando há personalização da comunicação ou indefinição ética. Dessa forma, o ICPD revela que, embora haja avanços importantes na estrutura comunicacional, ainda persiste um desequilíbrio entre o cumprimento das normas e a capacidade de manter a comunicação realmente neutra, ética e orientada ao interesse coletivo.

6 CONCLUSÃO

Os resultados obtidos permitem afirmar que o Instagram já se consolidou como um instrumento relevante de comunicação pública para as prefeituras do Maciço de Baturité, ainda que seu uso não alcance plenamente as exigências normativas e éticas previstas nos princípios constitucionais da Administração Pública. As análises evidenciaram avanços importantes, sobretudo no cumprimento da legalidade, na clareza informacional e no uso eficiente de recursos digitais, dimensões reconhecidas pela população como bem desenvolvidas. O engajamento elevado e a predominância de sentimentos positivos também confirmam que a plataforma cumpre função de aproximação social e reforça a transparência governamental.

Entretanto, também se verificaram fragilidades estruturais que comprometem a legitimidade comunicacional das prefeituras, especialmente nos princípios de impessoalidade e moralidade. Parte significativa dos cidadãos percebe sinais de

personalismo, inconsistências éticas e falta de neutralidade institucional, indicando que a comunicação ainda é, em alguns casos, utilizada como vitrine política e não como espaço público de diálogo. A mensuração pelo ICPD-Instagram reforça esse desequilíbrio, mostrando que, embora exista alinhamento às normas formais, falta solidez na postura comunicacional e na orientação ao interesse coletivo.

Em suma, conclui-se que a comunicação pública digital no Maciço de Baturité avança, mas não se encontra plenamente madura. Para que o Instagram se consolide como canal democrático de prestação de contas, participação social e fortalecimento da cidadania, é necessário maior profissionalização das equipes, planejamento comunicacional contínuo e compromisso institucional com práticas éticas, transparentes e verdadeiramente impessoais. Tais aprimoramentos são essenciais para que as prefeituras utilizem o potencial da plataforma de forma integrada aos princípios constitucionais que fundamentam a administração pública brasileira.

7 REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Usos e significados do conceito comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação pública: Estado, governo e cidadania*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 1–18. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>. Acesso em: 15 set. 2025.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf. Acesso em: 13. set. 2025.

BUENO, Wilson da Costa. A construção de uma política de comunicação como processo de legitimação da comunicação pública no Brasil. *Revista Comunicação Midiática*, Bauru, v. 9, n. 3, p. 11–24, set./dez. 2014. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/169>. Acesso em: 26 set. 2025.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação pública e cidadania: o papel da comunicação na construção de uma sociedade democrática. *Revista Organicom*, São Paulo, v. 11, n. 20, p. 13–22, jan./jun. 2014. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/139358>. Acesso em: 26 set. 2025.

CEARÁ. Governo do Estado do Ceará. *Plano de Desenvolvimento Regional Sustentável do Maciço de Baturité*. Fortaleza: Governo do Estado do Ceará, 2015. Disponível em:

<https://acervo.fortaleza.ce.gov.br/download-file/documentById?id=672a8c16-0c67-4f5a-b584-a7236de4a96e>. Acesso em: 13 set. 2025.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. *Direito administrativo*. 33. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

DUARTE, Jorge. Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007. p. 1–28. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/373459860/DUARTE-Jorge-Comunicacao-Publica-Estado-Mercado-Sociedade-e-Interesse-Publico>. Acesso em: 13 set. 2025.

FÉLIX, Vinícius. O papel das redes sociais na comunicação entre o governo e o cidadão. *Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro*, v. 6, n. 1, 2024. DOI: <https://doi.org/10.61164/rnm.v6i1.2490>. Disponível em: <https://remunom.ojsbr.com/multidisciplinar/article/view/2490>. Acesso em: 11 out. 2025.

GIL-GARCÍA, J. Ramon; PARDO, Theresa A. Multi-method approaches to understanding the complexity of e-government. *International Journal of Computers, Systems and Signals*, v. 7, n. 2, p. 3–17, 2006. Disponível em: https://www.ctg.albany.edu/media/pubs/pdfs/ijcss_multi_method.pdf. Acesso em: 06 dez. 2025.

MEIRELLES, Hely Lopes. *Direito administrativo brasileiro*. 34. ed. São Paulo: Malheiros, 2009. Disponível em: <https://www.kufunda.net/publicdocs/Direito-Administrativo-Completo-Hely-Lopes-Meirelles.pdf>. Acesso em: 20 set. 2025.

MERGEL, I. A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, v. 30, n. 4, p. 327-334, 2013. Disponível em: <https://d-nb.info/1115727397/34>. Acesso em: 06 dez. 2025.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Redes_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf. Acesso em: 3. out. 2025.

ROTHBERG, Danilo. Contribuições às políticas e estratégias de comunicação pública e democracia digital. In: SIMIS, A. et al. (orgs.). *Comunicação, cultura e linguagem*. São Paulo: Editora Unesp; Cultura Acadêmica, 2014. p. 151–170. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/2h3ks/pdf/simis-9788579835605-08.pdf>. Acesso em: 15 out. 2025.

ROTHBERG, Danilo; LIBERATO, Fabíola de Paula. Comunicação pública, transparência e políticas públicas: avaliação de informações em portais brasileiros de governo. *Revista Internacional de Relações Públicas*, v. 3, n. 6, p. 69–96, 2013. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4521053.pdf>. Acesso em: 17 out. 2025.