

Análise da presença digital da Prefeitura de Gurupi (TO) no Instagram¹

Valesca Vitória Gonçalves²

Joyce Karoline Pinto Oliveira Pontes³

Clifton Moraes Correia⁴

Universidade de Gurupi (TO) - UnirG

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a presença digital da Prefeitura de Gurupi no Instagram, uma das principais redes sociais da atualidade, especialmente no contexto da comunicação pública. Utilizando o perfil @prefeituradegurupi_, o estudo avalia as interações, o conteúdo compartilhado e o engajamento com os seguidores. Considerando dados disponíveis até o dia 25 de março de 2025, o perfil possui 41,4 mil seguidores e 274 publicações, refletindo as estratégias de comunicação institucional do órgão. A metodologia aplicada é qualitativa, através da observação não participante, na qual as pesquisadoras não tiveram o papel de espectadoras do objeto analisado, buscando compreender o impacto e a eficácia da comunicação digital adotada pela gestão pública do município do Tocantins. O estudo conclui que a presença no Instagram pode ser um canal eficiente para aproximar a administração pública da comunidade, mas requer uma estratégia mais assertiva e segmentada para maximizar o alcance e o engajamento com os cidadãos.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Digital; Redes Sociais; Gestão Pública; Instagram; Gurupi.

INTRODUÇÃO

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT17NO - Redes Digitais, Cultura e Sustentabilidade na Amazônia), evento integrante da programação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte, realizado de 28 a 30 de maio de 2025.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UnirG (TO), email: valescaviitoria04@gmail.com

³ Professora do Curso de Jornalismo da UnirG (TO), email: dra.joycekarolinepontes@gmail.com

⁴ Professor do Curso de Jornalismo da UnirG-TO, email: clifton.morais@gmail.com

A presença digital da Prefeitura de Gurupi, localizada no estado de Tocantins, na região Norte do Brasil, tem se destacado como uma importante ferramenta de comunicação com os cidadãos. Gurupi, fundada em 14 de novembro de 1958, possui atualmente 64 anos de história e é o terceiro município mais populoso do estado, com cerca de 89.574 habitantes, de acordo com estimativas de 2024 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Essa cidade tem se adaptado às novas tecnologias, utilizando plataformas digitais para aproximar o poder público da população, sendo o Instagram um dos canais mais relevantes nesse processo. A comunicação digital tem se consolidado como uma ferramenta essencial na relação entre governo e cidadãos, especialmente em um cenário onde as redes sociais desempenham papel central na disseminação de informações.

O Instagram, por sua natureza visual e interativa, tem sido amplamente adotado por organizações públicas e privadas como um meio eficaz para se conectar com o público-alvo. A Prefeitura de Gurupi, cidade localizada no estado de Tocantins, tem utilizado essa plataforma para informar, engajar e interagir com seus cidadãos. O perfil @prefeituradegurupi_, analisado neste estudo, foi criado em outubro de 2017 e conta com 41,4 mil seguidores e 274 publicações até a data de 25 de março de 2025.

Logo, esta pesquisa visa investigar as práticas de comunicação digital adotadas pela prefeitura no Instagram, observando como o perfil contribui para o fortalecimento da imagem institucional e o engajamento com a população. Portanto, o objetivo geral deste estudo é analisar a atuação da Prefeitura de Gurupi no Instagram, observando a eficácia da comunicação digital institucional. A partir de uma análise qualitativa, pretende-se compreender os tipos de conteúdo postado, as estratégias de engajamento com os seguidores e o impacto das publicações na interação entre a prefeitura e os cidadãos. A pesquisa busca avaliar como a utilização dessa ferramenta contribui para a transparência e o fortalecimento da relação entre o poder público e a população.

METODOLOGIA

A expansão da conectividade nas cidades da Amazônia tem avançado, embora com desafios, como a infraestrutura de internet e o acesso desigual em áreas mais remotas. Contudo, a utilização de plataformas digitais, como o Instagram, tem permitido que administrações públicas, como a de Gurupi, ofereçam um fluxo constante de

informações de maneira visual e interativa. A metodologia utilizada neste estudo é de natureza qualitativa, com uma observação não participante do perfil @prefeituradegurupi_ no Instagram. A pesquisa considera o conteúdo das 274 publicações realizadas até 25 de março de 2025, avaliando a natureza das postagens (informativas, institucionais, comemorativas, entre outras), o engajamento dos seguidores (curtidas, comentários e compartilhamentos) e a frequência de atualizações.



Fonte: Instagram Prefeitura de Gurupi (2025)

Conforme o levantamento da Opinion Box (2024), o Instagram é uma rede social com mais de 2 bilhões de usuários ativos e que segue crescendo. Somente no Brasil, de acordo com dados de janeiro de 2024, são cerca de 134,6 milhões de contas. Com inovações constantes, a rede já é uma das mais populares em números de usuários no mundo. A pesquisa também inclui uma análise das interações entre a prefeitura e os cidadãos, buscando identificar como a gestão pública utiliza a plataforma para promover a transparência, a cidadania e a participação pública.

DESENVOLVIMENTO

O Instagram da Prefeitura de Gurupi apresenta uma mesclagem de conteúdos relacionados a eventos locais, serviços públicos, anúncios institucionais e campanhas de

saúde e educação. A análise das 274 publicações revela uma predominância de postagens sobre eventos culturais e festividades, que são amplamente visualizados e comentados pelos seguidores. Além disso, a prefeitura utiliza a plataforma para divulgar informações sobre serviços essenciais, como coleta de lixo, transporte escolar, atendimento médico e vacinação, temas que geram grande interesse da população.



Fonte: Instagram Prefeitura de Gurupi (2025)

O marketing de influência transformou a forma de relação entre a Prefeitura e sociedade. Para Enge (2012), o marketing de influência pode ser entendido como processo de desenvolvimento de relacionamento com pessoas influentes, que podem ajudá-los a criar visibilidade para seu produto ou serviço. Deste modo, um dos aspectos que se destacam é a interatividade nas postagens, com a prefeitura frequentemente respondendo a comentários e interagindo diretamente com os cidadãos. Essa prática favorece o engajamento e cria uma sensação de proximidade entre a administração pública e a comunidade local dentro dessa rede social. Para Recuero (2009, p. 64), “as redes sociais são um aglomerado de pessoas ou organizações e entidades sociais que mantém uma conexão entre si por interesses diversos, como para manter relacionamentos pessoais amorosos ou não, relações de trabalho, dentre outros”. A análise do perfil @prefeituradegurupi no Instagram revela que a Prefeitura de Gurupi realiza, em média, de 3 a 4 postagens diárias, além das atualizações constantes nos stories. Essa frequência elevada de postagens demonstra um esforço contínuo da gestão

pública para manter os cidadãos informados e engajados com as ações e serviços oferecidos, atuando a partir de um planejamento estratégico.

(...) traduzir a identidade da organização, ser inovador e criativo – ter olhos para o futuro, ser flexível e adaptável, zelar e prever mecanismo de fiscalização da sua própria implementação, ter objetivos que gere estratégias, adotar como base a missão e os valores da organização, ter um foco claro, ser medido, acompanhado e avaliado. (Duarte, 2011, p. 215).

Observou-se que a equipe de comunicação da Prefeitura de Gurupi, ao utilizar o perfil oficial no Instagram, adota uma estratégia diversificada ao publicar conteúdos na plataforma. A equipe utiliza diferentes recursos, como fotos, vídeos, cards e repostagens de conteúdos de terceiros, para garantir que a comunicação seja dinâmica e atraente para os cidadãos. Através desse mix de formatos, a equipe consegue alcançar um maior engajamento, além de proporcionar uma comunicação mais eficaz e inclusiva.

As fotos são frequentemente usadas para destacar eventos e momentos importantes, enquanto os vídeos ajudam a transmitir informações de forma mais detalhada. Os cards servem para repassar mensagens rápidas e objetivas, e as repostagens de conteúdo de terceiros ampliam o alcance da comunicação, ao incluir diferentes perspectivas e fontes de informação. Essa abordagem multicanal contribui para a construção de uma presença digital mais interativa e acessível.

A utilização dos *stories*, por sua vez, complementa a comunicação ao oferecer atualizações mais imediatas e dinâmicas, reforçando a interação com os seguidores e a presença digital da Prefeitura. A equipe de comunicação da Prefeitura de Gurupi tem investido em uma presença digital estratégica, aproveitando o alcance do Instagram para divulgar serviços públicos, eventos e campanhas, além de interagir com os cidadãos de forma mais próxima e imediata.

No contexto da região Norte, onde a digitalização e o acesso à internet podem variar significativamente, essa plataforma se torna um instrumento para manter a população bem informada e engajada nas ações da administração pública. No entanto, observou-se que o perfil poderia explorar mais a criação de conteúdo específico para grupos segmentados da população, como jovens, idosos e empresas locais. A personalização do conteúdo, alinhada às necessidades e expectativas desses grupos, poderia melhorar ainda mais o impacto da comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da presença digital da Prefeitura de Gurupi no Instagram evidencia que, embora a plataforma seja um importante canal de comunicação com a população, há oportunidades para otimizar a eficácia das publicações. A interatividade e a diversidade de conteúdos já são pontos positivos, mas a personalização e a segmentação das postagens podem contribuir para um maior engajamento com os diferentes públicos. Além disso, a frequência e a relevância das publicações podem ser aprimoradas para garantir uma comunicação mais eficaz e assertiva, que atenda às necessidades da população de maneira mais direcionada. A utilização do Instagram como ferramenta de comunicação digital tem se mostrado promissora para a Prefeitura de Gurupi, especialmente quando se considera o potencial de alcance e interação da rede social. Para alcançar um impacto ainda maior, recomenda-se a adoção de uma estratégia de conteúdo mais planejada, com foco na segmentação do público e na maximização do engajamento.

Neste sentido, a presença digital na Amazônia não é apenas uma tendência, mas uma necessidade para promover a transparência, o engajamento e a cidadania, conectando as administrações públicas com os cidadãos e permitindo que estes exerçam sua participação ativa na vida pública, independente das distâncias geográficas ou das limitações de infraestrutura.

REFERÊNCIAS

- DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 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.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE) (2024). **Gurupi - TO**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/to/gurupi.html>. Acesso em: 25 mar. 2025.
- OPINION BOX. **Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: 2024**. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>. Acesso em: 25 mar. 2025.
- PREFEITURA DE GURUPI. (2025). *Instagram @prefeituradegurupi_*. Disponível em: https://www.instagram.com/prefeituradegurupi_/. Acesso em: 25 mar. 2025.
- RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.