



Memes como estratégia de Comunicação Pública: O caso da Prefeitura de Santa Maria/RS¹

Eduarda Kener do Amaral²

Jaqueline Quincozes Kegler³

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

Resumo

O estudo investigou a utilização de memes como recurso estratégico na comunicação pública digital, por meio da análise de postagens realizadas em 2023 no Instagram da Prefeitura Municipal de Santa Maria (RS). A pesquisa buscou compreender de que forma esses elementos influenciam o engajamento do público, suas percepções e as narrativas, através de uma análise de conteúdo de textos, imagens e vídeos publicados pela Prefeitura. Os resultados apontaram para dois tipos de memes: de entretenimento e de informação, que contribuíram para a disseminação de conteúdos de interesse público. Evidenciando, assim, o potencial de uma comunicação acessível na aproximação entre gestão pública e a sociedade.

Palavras-chave: comunicação pública; relações públicas; memes; Prefeitura de Santa Maria.

Introdução

Fundada em 1858, a Prefeitura de Santa Maria, situada no Rio Grande do Sul, é uma entidade pública responsável por gerir não apenas a eficiência administrativa, social e econômica da cidade, mas também a inovação na comunicação com a população. Devido ao seu caráter descontraído nas redes sociais, a entidade tornou-se referência por utilizar estratégias comunicacionais específicas com uso de estratégias digitais para estreitar as relações entre a organização e a comunidade, além de promover a união entre o principal portal de notícias e informações acerca do município.

Atualmente, compreende-se o papel crucial dos órgãos públicos na promoção da transparência e do engajamento ativo da sociedade, atuando como um elo fundamental e fortalecedor entre o poder público e os cidadãos. Assim, no âmbito da comunicação pública, observa-se uma crescente adaptação dos ambientes digitais como espaços estratégicos para o compartilhamento de conteúdo, com ênfase na transparência, no estímulo à participação cidadã e na ampliação do acesso à informação.

Nesse cenário, as relações públicas equilibram os interesses das organizações públicas com as expectativas sociais, assumem o papel de mediadoras de comunicação e

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT08SU - Cultura pop e comunicação), evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Graduanda do curso de Comunicação Social - Relações Públicas na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: eduarda.kener@acad.ufsm.br.

³ Professora Doutora do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: jaqueline.kegler@ufsm.br.

promovem diálogos pautados na inclusão e na humanização das interações. Ademais, observa-se uma transformação significativa nas abordagens estratégicas voltadas à construção e à manutenção da imagem e da reputação de organizações e figuras públicas, processos estes idealizados e conduzidos pelos profissionais de relações públicas.

Analogamente, os “memes” enquanto fenômenos culturais e unidades de informação e apropriação, propagam-se rapidamente em comunidades digitais, e caracterizam-se por sua natureza de "recortes, desvios, releituras, apropriações e criações livres". Por isso, compreende-se que a evolução dos meios de comunicação envolve a incorporação de elementos culturais, sendo os memes exemplos expressivos desse processo, uma vez que tornam as mensagens mais acessíveis, atrativas e alinhadas ao cotidiano da sociedade.

Portanto, utiliza-se como objeto de estudo, as redes sociais da Prefeitura de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, visando analisar a eficiência e o propósito dessa ferramenta no ambiente público, buscando também, compreender as especificidades dos memes apresentados por esse órgão executivo, visando entender o impacto no engajamento, no comportamento do público e nas narrativas construídas.

Fundamentação teórica

De acordo com Duarte (2007), a comunicação pública vai além da mera transmissão de informações; trata-se de um processo que integra o direito à expressão, a possibilidade de ser ouvido e a promoção de um diálogo efetivo entre os diversos agentes sociais.

Comunicação pública, então, deve ser compreendida com sentido mais amplo do que dar informação. Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, à possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo. (DUARTE, 2007, p. 64)

Em síntese, a comunicação pública reforça os valores democráticos e contribui para uma cidadania mais consciente e engajada, essencial para o desenvolvimento de uma sociedade inclusiva e participativa. Assim, criando condições concretas para que as vozes da população sejam efetivamente consideradas nos processos de tomada de decisão e na formulação de políticas públicas.

Para Kunsch (2012), a comunicação pública desempenha um papel estratégico na articulação entre diferentes segmentos da sociedade, e a sua eficácia depende da abordagem entre diversas áreas da comunicação, especialmente as relações públicas. Ou seja, um

trabalho integrado entre essas áreas permite que a comunicação pública cumpra seu propósito fundamental: apoiar a participação cidadã, promover a transparência e ser um pilar da democracia em uma sociedade interconectada.

Nesse contexto, os memes, reconhecidos como “recortes, desvios, releituras, apropriações e criações livres”, atuam como produtos culturais e comunicacionais contemporâneos, possuindo características de fácil replicação e adaptação permitem não apenas inovar, mas também simplificar informações.

Dawkins (1976), desenvolveu uma analogia entre a replicação genética e a propagação de ideias e comportamentos na sociedade, propondo a existência de “replicadores sociais”, que operam no âmbito cultural. O autor denominou essas unidades de transmissão cultural como “mimeme”, termo derivado do grego abreviado para “meme” para criar um paralelo fonético com a palavra “gene”.

Segundo o autor, exemplos de memes incluem canções populares, modas, práticas sociais, crenças religiosas e até técnicas de fabricação. Dessa forma, essa analogia visa proporcionar uma visão de que, assim como os genes carregam informações biológicas que determinam características físicas, os memes carregam informações culturais que moldam ideias, comportamentos e valores de uma sociedade.

De acordo com Chagas (2021), os memes configuram-se como ferramentas comunicacionais potentes, com grande capacidade de engajar o público de forma rápida, ao mesmo tempo em que facilitam a disseminação de informações de maneira criativa, acessível e envolvente. Nesse sentido, os memes assumem um papel central na comunicação pública contemporânea, especialmente por sua habilidade de transformar mensagens institucionais, muitas vezes vistas como burocráticas ou distantes, em conteúdos compartilháveis.

Abordagem metodológica

Para o desenvolvimento deste estudo, utilizou-se a abordagem sistematizada por Bardin (2011), que apresenta uma sequência de passos a serem seguidos para a análise de dados qualitativos. Conforme a autora, “análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análises da comunicação”, por ser amplamente reconhecida por sua capacidade de interpretar e compreender mensagens comunicacionais de maneira sistemática e objetiva, e utilizar ferramentas metodológicas em constante aprimoramento.

A metodologia de Bardin (2011), apresenta três etapas fundamentais para organizar e interpretar os dados coletados de maneira sistemática e estruturada: recorte de conteúdo, codificação/categorização e interpretação. Neste projeto, o recorte de conteúdo é oriundo da conta oficial da Prefeitura de Santa Maria/RS na plataforma de rede social Instagram, pois se compreendeu que a utilização de memes por esse órgão público transformou a maneira de comunicar-se com a população santa-mariense.

Assim, a codificação é o processo em que se organiza e classifica os dados brutos para torná-los compreensíveis e passíveis de análise, envolvendo a identificação de unidades de sentido no material coletado, agrupadas em categorias temáticas. Permitindo transformar informações complexas em dados sistematizados. Enquanto a categorização é o processo de agrupar unidades de sentido extraídas dos dados analisados em classes ou categorias, definidas com base em critérios relevantes para o objetivo do estudo, organizando e resumindo o conteúdo, facilitando a identificação de padrões, panoramas, temas, tendências e significados que contribuem para uma análise mais aprofundada do material.

A categorização inspirada em Shifman (2013) busca detalhar a análise de memes de maneira mais profunda e sistemática, dividindo-os em três componentes principais que ajudam a compreender melhor a sua comunicação e impacto.

Quadro 2: Categorização para análise dos memes.

Conteúdo	Analisar o assunto, refere-se ao tema ou à ideia central que o meme expressa, envolve as mensagens explícitas e implícitas que ele transmite.
Forma	Analisar o formato ou a maneira que os memes são transmitidos, inclusive tipos de linguagem (vídeo, texto, áudio ou imagem).
Postura	Analisar como o receptor recebeu a mensagem, refere-se ao tom ou à intenção que ele carrega.

Fonte: Adaptado de Shifman (2013).

Esses três critérios funcionam de forma interdependente e proporcionam uma análise mais robusta e detalhada de como os memes influenciam a comunicação na atualidade, permitindo uma compreensão das estratégias envolvidas na disseminação desses conteúdos.

Neste contexto, a metodologia possibilitou uma compreensão mais aprofundada das potencialidades e dos desafios relacionados ao uso do humor na comunicação pública, evidenciando a necessidade de estratégias comunicacionais dinâmicas e adaptáveis às constantes transformações das redes sociais e às demandas do público-alvo.

Análise e resultados

Devido à ampla quantidade de memes publicados pela conta da prefeitura ao longo do período, foi necessário delimitar um recorte para análise de 5 memes considerados mais representativos, levando em conta critérios como relevância, alinhamento às tendências do momento e sua capacidade de gerar engajamento e replicação inusitada.

Ao analisar as 5 postagens, observou-se que 3 memes eram voltados para serviços públicos, enquanto 2 eram relacionados ao entretenimento. Assim, a alta taxa de engajamento nos memes de entretenimento ajudou a estabelecer uma base de público mais receptiva, criando um ambiente propício para os memes de serviço. E a continuidade na produção de memes ajudou a construir uma relação de expectativa com o público, que passou a esperar por postagens semelhantes, demonstrando que a estratégia estava efetivamente engajando e conectando a população.

Observou-se que os memes relacionados a serviços públicos tendem a gerar menor engajamento do que os voltados para entretenimento, e, essa diferença pode ser atribuída tanto ao formato quanto ao conteúdo de cada tipo de meme. Enquanto os memes de serviço buscam informar o público sobre questões sérias de maneira descontraída, os de entretenimento focam em fortalecer conexões, o que naturalmente atrai mais interações. Além disso, a escolha de temáticas atuais e virais desempenha um papel crucial na repercussão dos memes, uma vez que as tendências dominam as plataformas e ditam o nível de engajamento das publicações.

Considerações finais

Com o foco em oferecer uma comunicação inclusiva e eficiente, a Prefeitura de Santa Maria integrou-se aos novos meios digitais, mostrando-se disposta a evoluir e ouvir a população. Evidenciando assim, que a comunicação pública é um campo em constante renovação, capaz de se tornar mais impactante ao aceitar estratégias inovadoras, como o uso

de memes, ampliando seus horizontes e explorando ferramentas não convencionais, o órgão público reafirma seu compromisso com a modernidade e com as necessidades da sociedade.

Ressaltamos, também, a importância de combinar tradição e inovação na comunicação pública, demonstrando que estratégias contemporâneas, como a inserção de memes, conseguem fortalecer a relação entre organizações e comunidades de maneira geral. A Prefeitura, ao adotar uma linguagem moderna e acessível, demonstrou sensibilidade às demandas de seu público e adaptabilidade diante das mudanças constantes do cenário comunicacional.

Dessa maneira, fica claro a importância de saber quando aplicar essa ferramenta: o sucesso dos memes também depende do momento certo de inserção, respeitando o contexto e o objetivo da comunicação pública. O uso dos memes demonstrou não só eficiência, mas também sensibilidade na construção de uma comunicação mais próxima e envolvente, criando conexões mais humanas e acessíveis entre o órgão público e a população.

Portanto, incorporar esse recurso criativo e viral em campanhas ou ações evidencia a capacidade da área de se renovar e acompanhar as dinâmicas contemporâneas enquanto mantém a seriedade de seus objetivos. Assim, foi possível compreender que a inserção desse instrumento abrange e proporciona a conquista do principal pressuposto da comunicação pública: a promoção de uma comunicação acessível a todos.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011

CHAGAS, Viktor. **Da memética aos memes da internet: uma revisão da literatura**. Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS, 2021.

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. São Paulo: EDUSP - Editora da Universidade de São Paulo, p. 121-128, 1976.

DUARTE, Jorge. **Comunicação pública**. São Paulo (SP). Editora Atlas, p. 47-58, 2007.

KUNSCH, Margarida. **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. São Paulo: Difusão, 2012.

SHIFMAN, Limor. **Memes na Cultura Digital** (*Memes in Digital Culture*). London: Massachusetts Institute of Technology, 2013.