

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO  
FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Amanda dos Santos Peres

COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA  
CÂMARA MUNICIPAL DE PASSO FUNDO

Passo Fundo

2019

Amanda dos Santos Peres

## COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CÂMARA MUNICIPAL DE PASSO FUNDO

Monografia apresentada ao curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação da Prof<sup>a</sup> Me. Valmíria Antônia Balbinot.

Passo Fundo

2019

Amanda dos Santos Peres

**Comunicação Pública da Câmara Municipal de Passo Fundo**

Monografia apresentada ao curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação da Prof<sup>a</sup> Me. Valmíria Antônia Balbinot.

Aprovada em 03 de dezembro de 2019.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Mestre.Valmíria Antonia Balbinot - UPF

---

Prof. Mestre\_Lisiane Hermes - UPF

---

Prof. Mestre\_Olmiro Cristiano Lara Schaeffr - UPF

## **Dedicatória**

Dedico este trabalho aos meus pais, que estiveram sempre ao meu lado me apoiando. Um esforço em conjunto que se tona uma conquista para mim e para eles. Ao meu avô, que foi e é minha inspiração como pessoa. E à minha irmã, que sempre tive o dever e a responsabilidade de ser exemplo a ela.

## **Agradecimentos**

Agradeço à professora Valmíria Antônia Balbinot, minha orientadora, que foi uma amiga nesses momentos, além de todos os professores que tive o prazer de conhecer ao longo de todo o ciclo. O maior de todos os agradecimentos é a Deus, que me deu sabedoria e paciência para chegar até aqui.

## RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar a comunicação na página do Facebook da Câmara Municipal de Passo Fundo, através das características essenciais da comunicação pública, entre governo, estado e cidadão. Se desenvolverá caracterizando-se como uma pesquisa exploratória com a análise de conteúdo através de Laurence Bardin (1997), por meio de revisão bibliográfica e documental. A presente pesquisa será elaborada com contexto da comunicação pública apresentado através do autor Jorge Duarte. Pode-se constatar que a Câmara desenvolve uma comunicação pública que atende as atribuições a ela, dadas através dos pilares da comunicação entre governo, estado e cidadão.

**Palavras-chave:** Comunicação pública; Câmara Municipal de Passo Fundo redes sociais; Facebook.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1– Interface da página da Câmara de Vereadores de Passo Fundo no Facebook .....	39
Gráfico 1 – Categorias das publicações na página da Câmara no Facebook .....	41
Gráfico 2 – Mídias utilizadas e seus índices para cada categoria.....	43

## LISTA DE TABELAS

Quadro 1- Elementos componentes das funções pertencentes ao Legislativo .....	40
Tabela 2 – Interações por categoria na página .....	44



## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	12
1.1 Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.....	16
1.2 Princípios da Máquina Pública.....	18
2 CÂMARA MUNICIPAL DE PASSO FUNDO.....	20
2.1 Estrutura e composição.....	21
2.2 Regimento para comunicação.....	27
3 REDES SOCIAIS.....	30
3.1 Redes sociais na internet.....	34
4 FACEBOOK.....	36
5 METODOLOGIA.....	38
6 RESULTADOS.....	39
6.1 O Facebook da Câmara Municipal de Passo Fundo.....	39
6.2 Identificação das categorias de conteúdo.....	40
6.3 Categorias e resultados.....	41
6.4 Categorias e tipos de mídia (recursos de linguagem).....	43
6.5 Interações e seguidores.....	44
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48

## INTRODUÇÃO

A comunicação está presente na vida das pessoas em diferentes formas. Devido à evolução tecnológica que vivemos, boa parte dela é realizada a partir da internet. Percebendo a relevância dessa forma de comunicar, empresas, instituições e órgãos públicos adentraram nas redes sociais para alcançar mais pessoas.

Devido às inúmeras possibilidades que consomem o ato de comunicar nas redes sociais, esse trabalho de pesquisa tem como objetivo analisar se a comunicação da Câmara de Vereadores de Passo Fundo feita em sua página do Facebook possui características essenciais da comunicação pública.

A comunicação pública é um processo instaurado dentro da esfera pública, que acontece entre o governo e a sociedade. É um fluxo de informações entre governantes e cidadãos com o pretexto de ampliar a transparência de ações e o exercício da cidadania.

Assim, o Poder Legislativo possui o dever função de atender ao interesse público com o uso da comunicação, disponibilizando à população informações sobre fiscalização dos gastos e recursos públicos, discussão e aprovação de leis, entre outros aspectos.

Desse modo, esta pesquisa pretende, como principal objetivo, realizar análise sobre a comunicação pública na página do Facebook da Câmara Municipal de Passo Fundo, através das características essenciais da comunicação pública entre governo, estado e cidadão. Ela terá o escopo de identificar a linguagem utilizada para efetivar esta comunicação, por meio dos elementos essenciais da comunicação pública e pelo conteúdo exposto.

De forma específica, a presente pesquisa visa realizar a apresentação dos conceitos mais relevantes sobre a comunicação pública envolvendo suas esferas citadas anteriormente. Ela também pretende analisar a comunicação desenvolvida pela Câmara Municipal de Passo Fundo, além de identificar os tipos de mídia que ela utiliza para desenvolver essa comunicação no Facebook.

Ao verificar a contextualização da comunicação e o Legislativo, abordou-se o tema das redes sociais, processo de interação social que pode viabilizar uma presença maior do estado no cotidiano da sociedade. Com isso, responderemos à pergunta: a Câmara Municipal de Passo Fundo realiza uma comunicação pública efetiva envolvendo estado, governo e sociedade?

O desenvolvimento do trabalho parte de uma pesquisa exploratória, com levantamento bibliográfico, um apanhado sobre a comunicação pública, os três poderes que constituem o Estado e os princípios que regem a máquina pública. Ainda, aborda a Câmara Municipal de Passo Fundo, sua história e funcionamento. Também define as redes sociais, seus conceitos,

crescimento e proporção, além de retratar, com maior ênfase, o Facebook.

Para efetuar a análise, inicialmente, buscou-se a definição de “máquina pública”, através da investigação de dados que fomentem uma melhor compreensão sobre a administração pública instituída e suas funções. Após isso, abordou-se a Câmara de Vereadores de Passo Fundo e suas atribuições, compreendendo como elas são definidas de modo a representar os passo- fundenses.

Para chegar ao objetivo, foram usados estudos de Bardin (1977), que apresenta oito categorias de conteúdo. Selecionamos como recorte para aplicação dos conceitos do autor 56 publicações da Câmara de Vereadores de Passo Fundo, realizadas no mês de agosto de 2019. Desse modo, pretende-se realizar uma abordagem ampla e que possibilite dissecar sobre a maneira com a qual a comunicação pública é exercida pelo Legislativo Municipal, com o advento das redes sociais, em especial, o Facebook.

Este estudo está colocado, ao todo, em 5 capítulos distribuídos, além desta introdução, de forma a esmiuçar os objetivos expostos anteriormente para a realização desta pesquisa. Sendo o último capítulo, antes das considerações finais, destinado aos resultados das análises, com base nos conceitos dos autores supracitados.

## 1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

O período contemporâneo apresenta uma ocupação maciça da comunicação no cotidiano das pessoas. Ela se manifesta das mais diversas formas: verbal, escrita, sonora, digital, analógica, interpessoal, de massa, etc. Graças, principalmente, à evolução tecnológica, presencia-se a dinamicidade da comunicação, sendo municiados de informações a todo o momento.

A comunicação de massa, segundo observa Duarte (2009, p. 11), é o item responsável por estruturar valores, hábitos e consensos de cada sociedade e da sociedade global, bem mais do que elementos pétreos da sociedade como a família, a escola e a religião. Dentro do meio político, a mídia passou a exercer funções na esfera pública antes exclusivas de partidos políticos. Entre essas funções destacam-se a de “definir a agenda pública e a de canalizar demandas da população”.

Por sua vez, Brandão (2006, p. 1) reforça a multiplicidade de funções do termo “Comunicação Pública”, observando um conflito entre elas, de acordo com as circunstâncias. No entanto, a autora destaca sobre a citada diversidade indicar que a expressão ainda não é um conceito claro, nem uma área de atuação profissional delimitada. Por enquanto, ela pondera que “a expressão Comunicação Pública abarca saberes e atividades diversas e poderia ser considerada como um conceito em processo de construção”.

Já Matos et. al. (2013, p. 3) endossa que a comunicação vivenciou uma legítima revolução nas últimas décadas em todos os sentidos no contexto das instituições públicas. Neste caso, eles lembram que, levando em conta “o poder e a relevância que a comunicação assume no mundo de hoje nas organizações dos três setores, estas precisam se pautar por políticas de comunicação capazes de levar efetivamente em conta os interesses da sociedade”. Por esse contexto, a comunicação pública “também atua em todo esse contexto e passa por um momento de atenção e importância nunca antes registrado, tanto no meio acadêmico como no mercado”.

Borges e Weber (2010, p. 3) definem a comunicação pública como um processo de comunicação “instaurado na esfera pública, que se dá entre Estado, governo e sociedade, constituindo um espaço privilegiado de negociação de interesses de diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública de um país”.

Matos (2006, p. 62) aprofunda a temática, definindo a comunicação pública como uma visão geral a partir das relações entre governo e sociedade. Isto é, são colocados como modos de tratamento ao conceito de comunicação pública, “o serviço público, tomando por base as

experiências decorrentes da regulação das mídias de massa pelo Estado; a emergência do mercado; e um terceiro aspecto relacionado à visão normativa da Comunicação Pública”.

É importante abordarmos uma outra definição a somar com os conceitos expostos até aqui. Trata-se da análise de uso da expressão “Comunicação Pública” desde o início do século XX:

[...] o conceito esteve relacionado com a comunicação estatal e a implantação da radiodifusão, e, mais tarde, da televisão pública. A imprensa tradicional se desenvolveu regulada pelas forças políticas, culturais e de mercado, ao passo que os meios eletrônicos necessitavam ser autorizados e regulados por concessão pública. Por esta autorização, o Estado “concede a uma empresa, por tempo limitado, o direito de utilizar uma determinada faixa, mediante o compromisso de que será usada em benefício público” (DINES, 2005 *apud* MATOS, 2006, p. 62).

Uma forma de explicar tamanha força concreta da comunicação nos tempos atuais pode ser ilustrada por Novelli (2006, p. 78). A autora exemplifica o cenário via Bauman (2001), enfatizando que vivemos “em um período de modernidade líquida”, contrapondo o momento atual com o passado, no qual se caracterizava como “uma fase de modernidade sólida”. Ela explica que “o exemplo do líquido se adequa a nossa condição contemporânea, pois ele representa a ‘fluidez’ e ‘leveza’ dos nossos tempos”, pois os “líquidos têm a capacidade de mudar de forma a sofrer algum tipo de pressão, adaptando-se constantemente ao meio; já o sólido é concebido para não mudar”. Todavia, “a rigidez do sólido é tanta que, mesmo retorcido ou flexionado em decorrência de pressão externa, volta à forma original”.

Duarte (2009, p. 1) observa que a comunicação pública, acima de tudo, é uma área em que se “abarca uma grande variedade de saberes e atividades”, podendo dizer que se trata de “um conceito em processo e construção”. Além disso, ele coloca que a comunicação pública possui em seu conceito cinco áreas diferentes e identificáveis de conhecimento e atividade profissional. São elas: 1) a identificação com a comunicação organizacional; 2) com a comunicação científica; 3) identificação com a comunicação do Estado ou governamental; 4) com a comunicação política; 5) com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada.

Uma das áreas tem a comunicação organizacional como o item a estudar e trabalhar a análise e a solução de variáveis associadas à comunicação no interior das organizações e entre elas e seu ambiente externo. Sua característica é “tratar a comunicação de forma estratégica e planejada, visando criar relacionamentos com os diversos públicos, bem como construir uma

identidade e uma imagem dessas instituições, sejam elas públicas e/ou privadas” (BRANDÃO, 2006, p. 1-2).

Sobre a comunicação pública como comunicação organizacional, Duarte (2009, p. 1) coloca como sendo a área que “trata de analisar a comunicação no interior das organizações e entre ela e seus públicos, buscando estratégias e soluções”. Ainda, é colocado que seu objetivo, sob esse aspecto, é, primeiramente, atingir o mercado, visando chegar aos diversos públicos das corporações com o intuito de promover – seja uma imagem, seja um produto, seja uma ideia, seja uma fé – e obter lucro financeiro, pessoal, em *status* ou poder. Para tal, se utilizará do conjunto completo “de instrumentos e tecnologias de comunicação de massa, de grupo e interpessoal, com complemento de técnicas de pesquisas diversas”, tanto quanto do conjunto completo de conhecimentos e técnicas das áreas de marketing e comunicação organizacional.

Outra destas áreas, a comunicação científica, é vista por Brandão (2006, p. 3-4) como “uma variada gama de atividades e estudos cujo objetivo maior é criar canais de integração da ciência com a vida cotidiana das pessoas em sociedade”. Isso representa o despertar do “interesse da opinião pública em geral pelos assuntos da ciência, buscando encontrar respostas para a sua curiosidade em compreender a natureza, a sociedade, seu semelhante”.

Segundo a autora, isso se dá por fatores especificados. O primeiro é que a comunicação científica “se expande a partir de uma área tradicional da Ciência da Informação, a divulgação científica, acrescida dos conhecimentos e experiências acumulados no campo da difusão de informação que tem longa história no Brasil”. Isso ocorre, em especial, nos setores da saúde pública e agrícola. O segundo fator está representado na produção e difusão do conhecimento científico que incorporaram “preocupações sociais, políticas econômicas e corporativas que ultrapassam os limites da ciência pura e que obrigaram as instituições de pesquisa a estender a divulgação científica além do círculo de seus pares”.

Duarte (2009, p. 4) destacam que a comunicação e a divulgação científica utilizam um repertório variado de instrumentos, “que vão de metodologias tradicionais de informação tecnológica para comunidades, técnicos e autoridades até as novas tecnologias que são hoje as grandes responsáveis pela rápida expansão da rede de cientistas e divulgadores”.

A partir desse conceito, é acrescentado que a comunicação pública está incluída no âmbito das discussões que tratam das gestões públicas e “pretende influir na mudança de hábitos de segmentos da população, bem como na tomada de decisão política a respeito de assuntos da ciência que influenciam diretamente a vida do cidadão”.

O outro item é a identificação da comunicação pública como comunicação governamental, que estabelece um fluxo de informações e comunicação junto aos cidadãos. Nesse caso, entende-se a comunicação pública como “um processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania”. Dentre estas instâncias, constam “os órgãos governamentais, as organizações não governamentais, associações profissionais e de interesses diversos, associações comunitárias”. Ou seja, o chamado Terceiro Setor, “bem como outras instâncias de poder do Estado como Conselhos, agências reguladoras e empresas privadas que trabalham com serviços públicos como telefonia, eletricidade etc” (DUARTE, 2009, p.4).

A comunicação governamental pode ser compreendida como Comunicação Pública, na medida em que ela é um instrumento de uma edificação da agenda pública, focando seu trabalho na “prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma provoca o debate público” (BRANDÃO, 2006, p. 5-6).

Duarte (2009, p. 5) acrescentam que a comunicação governamental promovida pelos governos, tanto na esfera federal quanto estadual ou municipal, pode se preocupar em despertar o sentimento cívico, bem como informar e prestar contas sobre suas realizações na divulgação de programas e políticas que estão sendo implementadas. Além disso, inclui a motivação e/ou a educação conclamando a população para participar de momentos específicos da vida do país, a proteção e promoção da cidadania e a convocação das pessoas para cumprirem seus deveres.

A comunicação política é um fator no qual se entende que comunicação e política sejam uma relação “de raiz desde que a imprensa, as técnicas de comunicação e as pesquisas de opinião começaram a influenciar a vida política dos Estados”. Sendo alvo de boa parte dos estudos atuais, tanto na área da comunicação como na política e sociologia, a área também conhecida por mídia e política ou mídia e poder “está hoje em verdadeira simbiose com os cenários político, econômico e social, na medida em que a vida na sociedade contemporânea também está cada dia mais “mediada” pela comunicação”. Ainda, se acrescenta que a mídia “é hoje parte deste jogo, partilhando e disputando o poder com ou contra o Estado e, segundo alguns autores, à custa do enfraquecimento do papel do Estado na sociedade” (BRANDÃO, 2006, p. 7).

Duarte (2009, p. 6) colocam que se pode entender a área da comunicação política sob dois pontos de vista. O primeiro é “a utilização de instrumentos e técnicas da comunicação para a expressão pública de ideias, crenças e posicionamentos políticos, tanto dos governos

quanto dos partidos”. O segundo são “as disputas perenes entre os proprietários de veículos e detentores das tecnologias de comunicações e o direito da sociedade de interferir e poder determinar conteúdos e o acesso a esses veículos e tecnologias em seu benefício”.

Por fim, a comunicação pública também pode ser identificada por meio de estratégias de comunicação da sociedade civil organizada. Brandão (2006, p. 8) relata que o tempo e as mudanças políticas na estrutura do Estado democrático “levaram à evolução dos temas e polêmicas que eram discutidos na área de Política de Comunicação para um novo sentido que contemporaneamente marca também o significado de Comunicação Pública”. A autora acrescenta que se tratam de “práticas e formas de comunicação desenvolvidas pelas comunidades e pelos membros do Terceiro Setor e de movimentos populares e que também são denominadas por Comunicação Comunitária ou Alternativa”. Também é importante lembrar que, entre as reivindicações e solicitações mais recentes propostas pelos movimentos sociais, consta “o direito ao acesso e uso dos instrumentos de comunicação para a criação de novos meios (e não de acesso apenas aos meios já existentes)”. Para assim, “apropriando-se deles, poderem estabelecer sua própria maneira de comunicar e de informar, levando em consideração as prioridades, a estética e a linguagem destas populações”. Partindo dessa perspectiva, a expressão ‘comunicação pública’ se refere a uma prática democrática e social de fato da comunicação, desvinculada à indústria midiática e atrelada ao cotidiano das pessoas e suas práticas políticas.

Sobre a perspectiva da comunicação pública como comunicação da sociedade civil organizada, Duarte (2009, p. 7-8) apontam que, por se tratarem de práticas desenvolvidas e aprimoradas pelas comunidades e desligadas da indústria da mídia, a prática da comunicação se apresenta “a partir da consciência de que as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos, mas de toda a sociedade”.

Pelo prevailecimento das práticas comunitárias, é destacado que esse campo é o lugar onde se obteve uma interdisciplinaridade nunca atingida no campo acadêmico ou no mercado. A partir disto, a expressão ganha outro contorno, se relacionando com modos de exercício da comunicação feitos e voltados à comunidade por meios alternativos. Passa-se a criar a perspectiva de uma comunicação libertadora, identificada com as demandas e práticas populares, sendo “uma área de estudos bastante desenvolvida na América Latina, até por sua coerência com o cenário político e econômico da região” (DUARTE, 2009, p. 7-8).

### **1.1 Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário**



Dentro da esfera pública, existem os chamados Três Poderes instituídos e legitimados pela sociedade, ressaltando um ambiente democrático onde cada um possui suas atribuições, deliberações e delimitações. Eles funcionam de forma independente, ao mesmo tempo em que se entrelaçam pela manutenção do andamento das leis e pela prioridade dos direitos das pessoas na sociedade.

A importância de falar sobre esses poderes em relação à comunicação pública pode se resumir em uma colocação de Matos (2013, p. 7), que afirma que comunicação governamental não se refere apenas ao Poder Executivo, mas se estende também aos poderes Legislativo e Judiciário. Além disso, os princípios e fundamentos da comunicação pública “dizem respeito diretamente à comunicação governamental aplicada à administração na esfera federal, estadual e municipal de todos os três poderes da República ou de uma nação”.

Weber (2007, p. 26) coloca que, no espaço da comunicação política, “estão incluídas instituições e sujeitos organizados em torno dos sistemas da comunicação que constituem o campo político”. A comunicação governamental, bem como a comunicação dos partidos e a comunicação do parlamento, é gerada por instituições “que possuem na sua natureza o poder público por delegação e, por direito, representam o interesse público na qualidade de Poder Executivo e o Poder Legislativo abrigados pelo Estado republicano”.

Sobre o Poder Executivo, é importante observar que ele tem maior capacidade de investir em comunicação e relações com a sociedade. Ele é composto por funções diretas incumbidas de execução, fiscalização e de gerir as leis de um país. Em âmbito municipal, os prefeitos e seus secretários, em âmbito estadual, o governador e seus respectivos secretários e, em âmbito federal, o presidente da República, junto de seus ministros, além das Secretarias da Presidência, Órgãos da Administração Pública e os Conselhos de Políticas Públicas. Segundo o art. 2º da Constituição Federal<sup>1</sup>, eles devem funcionar com harmonia e independência entre si.

Já o Poder Legislativo tem a função de fiscalização do Poder Executivo em suas ações, além de estabelecer e elaborar as respectivas legislações tanto em esfera nacional, regional ou municipal. Ele é composto pelas Câmaras Municipais no âmbito do município, pelas Assembleias Legislativas em nível estadual e pela Câmara Federal e Senado Federal na esfera nacional.

Por fim, o Poder Judiciário tem a competência de gerenciar, analisar e julgar processos no campo do cumprimento das leis, sendo o poder responsável por julgar as causas conforme

---

<sup>1</sup> Art. 2º São Poderes da União, independentes e harmônicos entre si, o Legislativo, o Executivo e o Judiciário. (BRASIL, 1988).

a constituição do Estado. Ele é composto por juízes, promotores de justiça, desembargadores, ministros, representado por Tribunais, com destaque para entidades como o Supremo Tribunal Federal (STF) e o Ministério Público.

Ainda sobre o Poder Judiciário, segundo Bezerra (2019)<sup>2</sup>, ele é considerado o mais antigo dos três poderes, “uma vez que na cidade Grega de Atenas existiam tribunais formados pelo povo. Além de possuírem suas funções legislativas, tinham como principal intuito julgar as causas dos cidadãos atenienses”.

## 1.2 Princípios da Máquina Pública

Em sentido lato, segundo define Moraes (2015, p. 1), a Administração Pública pode ser considerada “o conjunto de órgãos, serviços e agentes do Estado, bem como das demais pessoas jurídicas públicas que asseguram a satisfação das necessidades coletivas variadas, tais como a segurança, a cultura, a saúde e o bem-estar da população”.

Também pode ser colocado que a Administração Pública é “o aparelhamento do Estado destinado à realização de serviços, visando à satisfação de necessidades coletivas”. Ela “não pratica atos de governo, mas tão somente atos de execução, com maior ou menor autonomia funcional, segundo a competência do órgão e de seus agentes” (PIRES, 2013).

Devido ao contexto do aparelhamento, dentre outras nuances, a expressão “administração pública” pode ser substituída sem perda de valor pelo termo “máquina pública”. Os princípios encontrados na Constituição Federal são: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. Todos eles estão presentes no artigo 37<sup>3</sup> da Constituição Federal (PIRES, 2013).

A legalidade está na base do Estado de Direito e no princípio da autonomia da vontade. Baseia-se no pressuposto de que “tudo o que não é proibido é permitido por lei. Mas o administrador público deve fazer as coisas sob a regência da lei imposta”, de modo que só pode fazer o que a lei lhe autoriza (EDUQC, 2014).

Sobre a impessoalidade, diz-se que a imagem de administrador público “não deve ser identificada quando a Administração Pública estiver atuando. Outro fator é que o

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/tres-poderes/> Acesso em: 17/9/2019.

<sup>3</sup> Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: *(“Caput” do artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)*. (BRASIL, 1988).

administrador “não pode fazer sua própria promoção, tendo em vista seu cargo, pois esse atua em nome do interesse público”. E mais, ao representante público “é proibido o privilégio de pessoas específicas. E deve tratar todos igualmente” (EDUQC, 2014).

Já o princípio da moralidade tem a junção de legalidade com finalidade. Ou seja, “o administrador deve trabalhar com bases éticas na administração, lembrando que não pode ser limitada na distinção de bem ou mal”. Não se deve objetivar somente os dois itens, adicionando a ideia de que o fim é e sempre será o bem comum. A legalidade e finalidade “devem andar juntas na conduta de qualquer servidor público para o alcance da moralidade” (EDUQC, 2014).

O princípio da publicidade, por sua vez, trata do gerenciamento que deve ser feito de forma legal, não oculta. A publicação dos assuntos “é importante para a fiscalização, o que contribui para ambos os lados, tanto para o administrador quanto para o público”. Entretanto, “a publicidade não pode ser usada de forma errada, para a propaganda pessoal, e, sim, para haver um verdadeiro controle social” (EDUQC, 2014).

Por fim, o princípio da eficiência rege sobre o administrador ter “o dever de fazer uma boa gestão, é o que esse princípio afirma”. O representante deve trazer as melhores saídas, sob a legalidade da lei, bem como mais efetiva. Com esse princípio, “o administrador obtém a resposta do interesse público e o Estado possui maior eficácia na elaboração de suas ações” (EDUQC, 2014).

Tendo expostos esses conceitos, será possível avançar para o próximo ponto onde será tratado um dos aspectos presentes no objeto desse trabalho de pesquisa, que é a Câmara Municipal da cidade de Passo Fundo. Sendo esta, conforme visto anteriormente, uma entidade pertencente ao Poder Legislativo, podendo analisar elementos como estrutura e composição da instituição.

## 2 CÂMARA MUNICIPAL DE PASSO FUNDO

Nesta seção, será tratada uma parte do objeto de estudo desta pesquisa, que é o órgão Legislativo do município de Passo Fundo, que é a sua Câmara de Vereadores. Como indica sua posição, ela é a entidade responsável pela fiscalização das ações do Poder Executivo, pela condução das leis que regem o município, além de realizar as implantações ou alterações necessárias na legislação municipal, com base legal amparada na Constituição Federal.

A Constituinte Federal de 1988, em seu capítulo V, em que trata dos Municípios, determina sobre a composição do número exato de vereadores para cada Câmara mediante o total de habitantes no respectivo município. No caso da cidade de Passo Fundo, são 21 parlamentares que compõem o quadro da Câmara Municipal, segundo o artigo 29, IV<sup>4</sup>, obedecendo o critério da proporcionalidade.

Sobre as funções do Poder Legislativo Municipal, o artigo 31 da Constituição Federal trata das atribuições que são, de acordo com o *caput*, a fiscalização do Município, mediante controle externo, além do uso dos sistemas de controle interno do Poder Executivo do Município, dentro da lei.

Os parágrafos do artigo 31<sup>5</sup> tratam de fatores como a execução do controle externo além do parecer da prestação de contas efetuado pelo prefeito a cada ano, além do período de

---

<sup>4</sup> Art. 29. (...)

IV - para a composição das Câmaras Municipais, será observado o limite máximo de: [\*“Caput” do inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 58, de 2009\*](#)

a)(...)

g) 21 (vinte e um) Vereadores, nos Municípios de mais de 160.000 (cento e sessenta mil) habitantes e de até 300.000 (trezentos mil) habitantes; (Alínea acrescida pela Emenda Constitucional nº 58, de 2009).

<sup>5</sup> Art. 31. A fiscalização do Município será exercida pelo Poder Legislativo municipal, mediante controle externo, e pelos sistemas de controle interno do Poder Executivo municipal, na forma da lei.

§ 1º O controle externo da Câmara Municipal será exercido com o auxílio dos Tribunais de Contas dos Estados ou do Município ou dos Conselhos ou Tribunais de Contas dos Municípios, onde houver.

§ 2º O parecer prévio, emitido pelo órgão competente, sobre as contas que o Prefeito deve anualmente prestar, só deixará de prevalecer por decisão de dois terços dos membros da Câmara Municipal.

§ 3º As contas dos Municípios ficarão, durante sessenta dias, anualmente, à disposição de qualquer contribuinte, para exame e apreciação, o qual poderá questionar-lhes a legitimidade, nos termos da lei.

§ 4º É vedada a criação de tribunais, Conselhos ou órgãos de contas municipais.

apreciação desses números, ainda ressaltando a necessidade de maioria dos vereadores para legitimar tal apreciação.

## 2.1 Estrutura e composição

A Câmara Municipal de Passo Fundo, bem com todo órgão Legislativo municipal reconhecido e legitimado, é guiada por um documento denominado Regimento Interno. Nele, constam todos os regramentos necessários para o funcionamento externo e, especialmente, interno do Poder Legislativo do Município.

A Câmara Municipal de Vereadores de Passo Fundo foi criada e instalada no dia 7 de agosto de 1857, durante o período imperial. Neste dia, Passo Fundo foi elevada à categoria de vila, após sua emancipação, por meio da instalação da Câmara, tendo como primeiro presidente Manuel José de Araújo.

Primeiramente, ele determina sobre a competência do Legislativo municipal, além de sua composição logo no primeiro artigo. Em seu *caput*, consta que o Poder Legislativo do Município de Passo Fundo “é exercido pela Câmara Municipal, que é composta de representantes do povo, eleitos mediante sistema de representação proporcional e sufrágio universal, direto, secreto e obrigatório, na forma estabelecida em lei” (PASSO FUNDO, 2018). Os parágrafos do art. 1<sup>o</sup> reforçam sobre a composição de parlamentares e as condições da pessoa para exercerem o mandato.

O segundo capítulo do documento trata da sede do Parlamento Municipal e do que pode ser tratado no local. A redação desse artigo é:

Art. 2º A Câmara de Vereadores realizará seus trabalhos no edifício do Poder Legislativo Municipal.

§ 1º Além dos atos pertinentes à função legislativa, poderão ser realizados no recinto da Câmara Municipal, mediante prévia autorização da Mesa, atos oficiais, convenções partidárias e outros atos não vedados pela legislação.

---

<sup>6</sup> Art 1º (...)

§ 1º A Câmara Municipal compõe-se de 21 (vinte e um) Vereadores, eleitos simultaneamente com o Prefeito e o Vice-Prefeito, na forma da lei.

§ 2º Somente o brasileiro, maior de 18 (dezoito) anos, no exercício dos seus direitos políticos, poderá exercer mandato de Vereador (PASSO FUNDO, 2018).

§ 2º Em caso de ocorrência que impossibilite o seu funcionamento no edifício do Poder Legislativo, a Câmara Municipal poderá, por deliberação da Mesa, ad referendum do Colégio de Líderes, reunir-se, eventualmente, em outro local da cidade (PASSO FUNDO, 2018).

Como órgão que possui sua autonomia, a Câmara Municipal possui competências exclusivas que estão devidamente expressadas no art. 93<sup>o7</sup> do Regimento Interno, além de competências com a sanção do prefeito, contidas no art. 94<sup>o8</sup>. Por meio do cumprimento

<sup>7</sup> Art. 93 É da competência exclusiva da Câmara Municipal:

- I- votar a Lei Orgânica, em 2 (dois) turnos, com o interstício mínimo de 10 (dez) dias úteis, sendo necessária a aprovação por 2/3 (dois terços) dos seus membros, atendidos os princípios e preceitos constitucionais.
- II- promulgar a Lei Orgânica e suas respectivas emendas;
- III- dispor sobre sua organização, funcionamento, polícia, criação, transformação ou extinção dos cargos, empregos e funções de seus serviços, e a iniciativa de lei para fixação da respectiva remuneração, observados os parâmetros orçamentários;
- IV- fixar, por lei de sua iniciativa, os subsídios do Prefeito, do Vice-Prefeito e dos Secretários Municipais em nível nunca inferior ao do exercício precedente, observadas as disposições constitucionais;
- V- fixar, por lei de sua iniciativa, o subsídio dos Vereadores, em cada legislatura para a subsequente, observadas as disposições constitucionais.
- VI- sustar os atos normativos do Poder Executivo que exorbitem do poder regulamentar ou dos limites de delegação legislativo;
- VII- elaborar o seu Regimento Interno;
- VIII- organizar a sua secretaria, criar, prover cargos e funções e fixar-lhes os estipêndios e vantagens;
- IX- convocar extraordinariamente a Câmara e prorrogar as suas reuniões plenárias;
- XII- mudar, temporária ou definitivamente, a sua sede;
- XIII- suspender, no todo ou em parte, qualquer ato, resolução ou regulamento municipal que haja sido declarado, pelo Poder Judiciário, infringente à Lei Orgânica ou às leis;
- XIV- dar posse ao Prefeito e ao Vice-Prefeito, conhecer de sua renúncia e afastá-los definitivamente do exercício do cargo;
- XV- autorizar o Prefeito e o Vice-Prefeito a se ausentarem do Município, quando a ausência exceder a 10 (dez) dias corridos, e do Estado, quando o afastamento for por mais de 5 (cinco) dias úteis;
- XVI- tomar e julgar as contas do Prefeito, deliberando sobre o parecer prévio do Tribunal de Contas do Estado;
- XVII- convocar, por intermédio do Prefeito, qualquer diretor ou chefe de serviço para, pessoalmente, prestar informações sobre assunto previamente indicado e constante da convocação;
- XVIII- criar comissões temporárias, de inquérito ou especiais;
- XIX- solicitar informações, por escrito, ao Poder Executivo;
- XX- propor ao Poder Executivo qualquer obra ou medida que interesse a coletividade ou o serviço público;
- XXI- propor a outras esferas do poder público municipal medidas de ordem político-administrativas sobre matéria de alta relevância para a vida do Município;
- XXII- sugerir ao Poder Executivo municipal medidas necessárias ao bom andamento da coisa pública e ao bem-estar da coletividade;
- XXIII- solicitar ao Poder Executivo e, por seu intermédio, aos órgãos municipais competentes, quaisquer medidas de interesse da coletividade.
- XXIV- zelar pela preservação de sua competência legislativa em face da atribuição normativa dos outros Poderes;
- XXV- promover consultas referendárias ou plebiscitárias, nos termos da lei (PASSO FUNDO, 2018).

<sup>8</sup> Art. 94 Compete à Câmara Municipal, com a sanção do Prefeito:

- I- orçar a receita e fixar a despesa;
- II- regular a arrecadação e a aplicação das rendas municipais;
- III- criar e extinguir cargos e funções do Poder Executivo bem como fixar-lhes os vencimentos;
- IV- estabelecer, alterar e suprimir tributos;
- V- examinar proposições que disponham sobre aquisição, alienação, permuta, concessão e permissão de uso de bens imóveis municipais, estipulando suas condições;
- VI- autorizar ajustes, convênios e contratos de interesse municipal;

destes termos, se faz o andamento dos processos e das funções pertinentes à Câmara de Vereadores.

Sobre os órgãos pertencentes à Câmara, o capítulo V traz no Art.10º a definição de que “são órgãos da Câmara de Vereadores de Passo Fundo: a Mesa Diretora, o Colégio de Líderes e as comissões”. Segundo o art. 11º, a Mesa Diretora é composta pelo Presidente, Vice-Presidente, 1º secretário, 2º secretário, 3º secretário e 4º secretário, com a devida hierarquia estabelecida. No caso, na ausência do presidente, o vice-presidente assume a chefia da Casa, caso ele não possa, automaticamente o 1º secretário é o responsável, sendo assim sucessivamente até o 4º secretário.

Ainda em relação à Mesa Diretora, o Regimento Interno determina a eleição da equipe a cada dois anos, para os dois próximos mandatos, cada um destes com duração de 1 ano, sendo proibida a reeleição do vereador presidente ou vice para o mesmo cargo novamente, fazendo necessário o rodízio entre os parlamentares (art. 12º). Também a posse dos membros da Mesa ocorrerá logo após a proclamação do resultado final pelo presidente da sessão em que ela se realizar.

O Capítulo VIII dispõe do Colégio de Líderes, que é outro órgão que faz parte da Câmara Municipal, composto pelos líderes das respectivas bancadas partidárias que integram o Parlamento. Dentre as competências do Colégio de Líderes se destacam a convocação dos membros pertencentes ao colegiado, a decisão sobre temas relacionados à composição de questões permanentes, a opinião a respeito da criação e composição de comissões temporárias, decidir sobre instauração simultânea de duas ou mais Comissões Parlamentares de Inquérito (CPI), seguir as atribuições do Regimento Interno e ainda opinar sobre ações relacionadas à Câmara a serem realizadas fora do edifício do Poder Legislativo (art. 35º).

Por sua vez, o Capítulo IX diz respeito às Comissões, sendo elas divididas institucionalmente em permanentes, temporárias e a representativa. Esta última constituída

- 
- VII- dispor sobre concessões de serviços públicos do Município;
  - VIII- autorizar a criação, a reforma ou a suspensão de serviços e obras públicas municipais;
  - IX- criar, alterar ou suprimir distrito e fixar os limites das zonas urbana, suburbana e rural;
  - X- autorizar o Prefeito, nos termos da Constituição da República, da Constituição do Estado e da Lei Orgânica Municipal, a contrair empréstimo, regulando-lhe as condições e a respectiva aplicação;
  - XI- dispor sobre a dívida pública do Município e sobre os meios de pagá-la; autorizar operações de crédito; resolver sobre o patrimônio Municipal;
  - XII- transferir, temporária ou definitivamente, a sede do Município, quando o exigir o interesse público;
  - XIII- autorizar, nos termos da Lei, o cancelamento da dívida ativa dos devedores do Município, a suspensão de sua cobrança e a relevação de ônus, juros a ela referentes;
  - XIV- atribuir denominação a bairros e logradouros públicos (PASSO FUNDO, 2018).

para funcionar nos períodos de recesso, nos termos dos artigos 96<sup>9</sup> e 97<sup>10</sup> da Lei Orgânica e de acordo com o disposto neste Regimento.

Segundo o art. 39º, são atribuições das comissões:

- I- promover a realização de audiência pública;
- II- convocar, mediante ofício do Presidente da Câmara, Secretários Municipais e dirigentes de órgãos da administração direta e indireta, para prestar informações sobre suas atividades;
- III- solicitar depoimentos de autoridades e cidadãos, para prestar informações;
- IV- receber petições, reclamações ou representações contra ato ou omissão de autoridade ou entidade pública;
- V- promover a elaboração, organização e guarda dos seus documentos, admitida a utilização de mídia eletrônica (PASSO FUNDO, 2018).

Uma subdivisão das comissões no Parlamento é a das permanentes. O art. 42º determina que elas devem ser quatro na Câmara, sendo elas: Comissão de Constituição e Justiça (CCJ); Comissão de Finanças, Planejamento e Controle (CFPC); Comissão de Patrimônio e de Desenvolvimento Urbano e do Interior (CPDUI) e Comissão de Cidadania, Cultura e Direitos Humanos (CCCDH). O parágrafo único deste artigo rege que a Mesa Diretora é, para todos os efeitos, equiparada às comissões permanentes.

Cada comissão permanente deve ser composta por 5 membros titulares e seus respectivos suplentes, sendo, dentre estes, um representante de cada partido, exceto na hipótese de a bancada contar com mais de 4 Vereadores. O vereador terá o período de atuação de um período legislativo ordinário, sendo automaticamente prorrogado em convocações extraordinárias.

Sobre as competências das comissões permanentes, o art. 49º rege que elas são:

- I- receber proposições ou matéria de qualquer natureza, encaminhadas pela Mesa;

---

<sup>9</sup> Art. 96 - A Comissão Representativa funcionará nos termos do Regimento Interno da Câmara Municipal, cabendo-lhe as seguintes atribuições:

- I - zelar pelas prerrogativas do Legislativo Municipal, pela observância da Lei Orgânica e das garantias que ela especifica;
- II - autorizar o Prefeito a se ausentar do Município;
- III - convocar a Câmara Municipal em caráter extraordinário;
- IV - autorizar, “ad-referendum” da Câmara Municipal, ajustes, convênios, consórcios e contratos de interesse municipal;
- V - convocar os Secretários Municipais, nos termos da Lei Orgânica. (PASSO FUNDO, 1990).

<sup>10</sup> Art. 97 - Ao abrir-se cada sessão legislativa, a Comissão Representativa apresentará à Câmara Municipal relatório dos trabalhos por ela realizados (PASSO FUNDO, 1990).



- II- propor a adoção ou rejeição, total ou parcial, de proposições ou o seu arquivamento;
- III- formular projetos de lei;
- IV- apresentar substitutivos, emendas e subemendas;
- V- sugerir ao Plenário a separação de partes de proposições para constituírem projetos em separado, ou requerer ao Presidente da Câmara a fusão de 2 (duas) ou mais proposições versando a mesma matéria;
- VI- mandar arquivar documentos de sua exclusiva apreciação;
- VII- solicitar, por intermédio da Mesa, a audiência de qualquer chefe de serviço do Município;
- VIII- requisitar informações sobre as matérias em exame;
- IX- solicitar o auxílio dos órgãos técnicos do Poder Executivo no estudo de assuntos sob a sua apreciação;
- X- assessorar a Mesa Diretora, quando esta solicitar opinião sobre as matérias que lhes são afetas;
- XI- estudar assunto compreendido na respectiva área de atividades, podendo promover fóruns, conferências, exposições, palestras e seminários;
- XII- apresentar proposições de interesse público, dentro das suas respectivas atribuições;
- XIII- solicitar auxílio de órgãos técnicos dos Poderes Legislativo e Executivo para o estudo de matérias sob sua análise;
- XIV- realizar audiência pública (PASSO FUNDO, 2018).

O parágrafo único do artigo determina que, em caso de dúvida sobre qual comissão permanente estará apta a realizar audiência pública, caberá ao Presidente da Câmara encaminhar a situação ao Colégio de Líderes, que tomará a decisão. Além disso, o regimento prevê atribuições definidas para cada comissão permanente.

O Regimento Interno ordena que as comissões temporárias podem exercer atividades de três formas. Elas podem ser especiais, parlamentares de inquérito ou externas. É importante destacar que elas devem ser compostas por 5 membros titulares e seus respectivos suplentes, sempre observando a proporcionalidade da representação partidária.

As Comissões Temporárias Especiais são instituídas por resolução de Plenário, aprovada pela maioria absoluta dos vereadores. Elas são destinadas a analisar alguma proposta de emenda à Lei Orgânica, alteração do Regimento Interno da Câmara, ou ainda matéria considerada relevante ou excepcional. O documento ainda reforça que não devem funcionar mais de 3 comissões especiais simultaneamente, exceto em casos que envolvam proposta de emenda à Lei Orgânica ou modificação do Regimento Interno, sendo observada a ordem cronológica de publicação das resoluções de criação das comissões.

A Comissão Parlamentar de Inquérito deve ser instituída mediante requerimento de, no mínimo, 1/3 (um terço) dos membros do Parlamento para “apuração de fato determinado e por prazo certo, com poderes de investigação próprios das autoridades judiciais, além de outros previstos em lei e neste Regimento” (art. 80º). O Presidente da Câmara é incumbido de comunicar os líderes de bancada para a indicação de titulares e suplentes para compor a

comissão parlamentar de inquérito em até 10 dias úteis. Após a indicação dos líderes, o Presidente nomeará os membros da CPI com garantia de participação ao primeiro signatário do requerimento de instauração, a quem caberá, preferencialmente, a presidência dos trabalhos (art. 81º).

Já as comissões externas são instituídas pelo Presidente da Casa ou via requerimento de vereador, sendo aprovado em Plenário. Elas são destinadas, segundo o art. 87º, “à representação do Poder Legislativo em atos e solenidades aos quais deva comparecer”. Os membros serão designados pelo presidente, tendo ouvido o Colégio de Líderes.

A comissão representativa funciona durante o período de recesso parlamentar, sendo ela composta por 5 titulares, incluindo o Presidente do Legislativo, mais 4 suplentes, sendo todos estes escolhidos antes do término de cada período legislativo ordinário. Ou, em se tratando do primeiro ano da legislatura, depois de empossados os membros da Câmara Municipal. O Presidente da Câmara, segundo o primeiro parágrafo do art. 88º, será o presidente da comissão representativa, sendo substituído, em caso de ausência, pelo vice-presidente do Parlamento, ou, na falta destes, pelos secretários de mesa em sua devida ordem.

O art. 90º traz as competências da Comissão Representativa que são as seguintes:

I- zelar pelas prerrogativas do Poder Legislativo; II- zelar pela observância da Lei Orgânica e das garantias por esta especificadas; III- autorizar o Prefeito e o Vice-Prefeito a ausentar-se do Município; IV- convocar a Câmara em caráter extraordinário; V- convocar os Secretários Municipais, nos termos da Lei Orgânica; VI- outras atribuições previstas neste Regimento (PASSO FUNDO, 2018).

O Título IV do Capítulo IX trata das Reuniões Plenárias, que são as Sessões onde são tratados e discutidos os temas e as pautas do Legislativo pertinentes ao município. Para o início de cada Sessão Plenária Ordinária, pelo menos 1/3 (um terço) do número de vereadores deve estar presente no Plenário. Em situações como votação de orçamento, de empréstimos ou de interesses particulares, será exigido o quórum mínimo de 2/3 (dois terços) dos membros da Câmara.

O art. 106º rege que as reuniões plenárias ordinárias se dividem em 3 partes, sendo elas o expediente, a pauta e a ordem do dia. O único parágrafo desse artigo especifica sobre alguma exceção, no caso de não haver orador, qualquer das partes da reunião poderá ser encerrada, “passando-se à parte seguinte, observados os tempos regimentais”.

O expediente da Sessão serve para realizar a leitura e votação da ata; as comunicações ao Plenário; o grande expediente; as comunicações dos líderes de bancada; e as comunicações

dos vereadores. A Ordem do Dia, segundo o art. 115º, é a parte da reunião plenária “destinada à discussão e votação de matéria que, tendo cumprido a tramitação regimental, seja, para este fim, posta na agenda por determinação do Presidente da Câmara”. O art. 117º rege que a matéria ou as matérias da Ordem do Dia serão apreciadas de acordo com a seguinte ordem:

I- veto; II- proposição em regime de urgência; III- requerimento de comissão; IV- requerimento de Vereador; V- proposta de emenda à Lei Orgânica; VI- projeto de lei complementar; VII- projeto de lei ordinária; VIII- projeto de decreto legislativo; IX- projeto de resolução; X- as demais matérias constantes da ordem do dia. (PASSO FUNDO, 2018).

A Pauta é o espaço destinado à discussão de matéria que exige audiência prévia do Plenário antes de ser encaminhada às comissões. O tempo de discussão da pauta será de 30 (trinta) minutos improrrogáveis, sendo permitida a manifestação de até 6 (seis) oradores, inscritos para o tempo de até 5 (cinco) minutos cada um, ou de 7 (sete) ou mais oradores, inscritos pelo tempo que resultar da divisão do tempo máximo de duração da pauta pelo número de vereadores inscritos.

Ainda, são realizadas, eventualmente, Sessões Extraordinárias durante o período legislativo ordinário, que “são reuniões plenárias que se destinam à apreciação de matéria relevante ou acumulada, a comemorações importantes ou a homenagens especiais, dando-se a estes dois últimos casos caráter solene” (art. 127º). Elas serão convocadas, de ofício, pelo Presidente da Câmara, ou a requerimento de 2 (dois) ou mais vereadores, aprovado pelo Plenário.

## **2.2 Regimento para Comunicação**

Até a última atualização do Regimento Interno, ocorrida em 2018, não há nenhum artigo ou item que trate diretamente da Comunicação Social relativa à Câmara Municipal. No entanto, existe o setor que trabalha prestando serviço de assessoria de comunicação social direta com os gabinetes e com os demais setores da instituição.

A atual legislatura (2017-2020) aprovou, recentemente, o Projeto de Resolução (PR) nº 009/2019, de autoria da Mesa Diretora, que estabelece normas relativas à organização, estrutura e atribuições das unidades da Câmara Municipal. O art. 23<sup>o11</sup> deste documento trata

---

<sup>11</sup> Art. 23 Compete à Seção de Comunicação Social:

especificamente das funções pertinentes ao setor de Comunicação Social do Parlamento. O primeiro parágrafo deste artigo trata dos serviços vinculados ao setor que são: os serviços de comunicação social; os serviços de foto, cine e som; as funções e atividades relacionadas ao cerimonial; as atividades de gerenciamento da programação e demais conteúdos relacionados

- 
- I - executar atividades de programação visual, projeto gráfico e editoração de livros, periódicos, revistas, folders ou publicações da Câmara Municipal;
  - II - criação de logos, identidades visuais, crachás, posters, banners, bottons, convites e outros produtos gráficos;
  - III - desenvolvimento de projetos gráficos e de web, de caráter publicitário;
  - IV - gerenciar os serviços de gráfica da Câmara Municipal;
  - V - executar atividades de programação visual relacionada à concessão de honrarias;
  - VI - promover a disseminação das informações de caráter institucional entre a Câmara Municipal e o público interno, por intermédio das ferramentas de comunicação;
  - VII - gerenciar as informações direcionadas ao público interno, garantindo credibilidade através de uma via oficial de comunicação com os agentes públicos;
  - VIII - planejar e executar campanhas de comunicação interna, com fins institucionais;
  - IX - promover, no que tange à comunicação, maior integração da Câmara Municipal com o seu público interno;
  - X - promover ações de planejamento e coordenação de programas de comunicação, em conjunto com os demais órgãos e unidades administrativas da Câmara Municipal;
  - XI - planejar, gerenciar e organizar os serviços técnicos de jornalismo, envolvendo redação, revisão, ilustração, diagramação e outras atividades associadas à área de jornalismo;
  - XII - providenciar a cobertura midiática das sessões da Câmara Municipal, coleta e preparo de notícias e informações relativas ao Poder Legislativo Municipal, para divulgação;
  - XIII - promover a organização do arquivo jornalístico;
  - XIV - atender aos profissionais de comunicação;
  - XV - prestar assessoramento aos membros do Poder Legislativo e aos representantes da Câmara Municipal nos contatos com os veículos de comunicação;
  - XVI - preparar material informativo sobre a Câmara Municipal para debates, entrevistas e comunicados aos veículos de comunicação, internet e redes sociais;
  - XVII - promover ações de produção, edição e distribuição das publicações da Câmara Municipal;
  - XVIII - providenciar a produção de material de caráter informativo e cultural de interesse público para internet e redes sociais da Câmara Municipal;
  - XIX - gerenciar e promover a produção e veiculação, nas mídias pertinentes, de material audiovisual de caráter informativo, educativo e institucional;
  - XX - gerenciar a produção e veiculação de programas de rádio e televisão, de caráter informativo e institucional;
  - XXI - acompanhar e orientar o trabalho das empresas terceirizadas que prestam serviços à Câmara Municipal na área de comunicação, canal legislativo;
  - XXII - aplicação da política de comunicação da Câmara Municipal;
  - XXIII - promover a manutenção, organização e atualização do acervo de registros de acontecimentos significativos;
  - XXIV - promover o incremento do acervo do memorial da Câmara Municipal com material fotográfico;
  - XXV - elaborar relatório pertinente às atividades de comunicação social;
  - XXVI - promover a recepção de altas autoridades em visita à Câmara Municipal;
  - XXVII - elaborar e providenciar a expedição de convites oficiais da Presidência via correio eletrônico e/ou correspondência física;
  - XXVIII - organizar e executar as cerimônias de outorga de medalhas, títulos e honrarias, instalação e posse de comissões, homenagens, inauguração de espaços, abertura de exposições, sessões solenes e outros eventos de caráter institucional demandados pela Presidência;
  - XXIX - recepcionar, com a colaboração do Setor de Assessoramento ao Plenário, autoridades e convidados de sessões solenes, sessões especiais e Grandes Expedientes;
  - XXX - alimentar o site da Câmara Municipal com informações relacionadas às atividades legislativas, sessões plenárias e pronunciamentos dos Vereadores, observado o Regimento Interno, a ordem constitucional e a legislação em vigor;
  - XXXI - executar outras atividades correlatas (PASSO FUNDO, 2019).

com os canais legislativos. O segundo parágrafo rege que todas as funções do setor devem ser coordenadas pelo Chefe da Seção de Comunicação Social.

### 3 REDES SOCIAIS

Nesta seção, será tratada uma outra parte relevante que compõe o objeto de estudo desta pesquisa, que são as redes sociais. Aqui, se identificarão as características destas plataformas e seus impactos aos usuários e à sociedade de forma geral, pontuando detalhes e diferenciando algumas das principais redes entre si.

O advento das redes sociais vem ganhando espaço em profusão desde a década anterior, embora não fosse visto pelo grande público como uma forma de comunicação direta, sendo visto mais como uma alternativa de interatividade. No entanto, é importante revisar sobre a digitalização e suas características.

Prado (2005, p. 28) identificam a digitalização como um “processo de captura de qualquer tipo de documento, como textos, imagens e áudios, para permitir o gerenciamento e acesso facilitado a essas informações através de recursos da informática”. Também se acrescenta que esta passagem assegura “a reprodutibilidade das obras sem perda de qualidade e representa o elemento técnico que possibilita a universalização dos acessos antes extremamente limitados e controlados”.

Vermelho (2015, p. 866) trazem um dos primeiros conceitos sobre rede, sendo evocado o aspecto geométrico<sup>12</sup>. É lembrado o fato de os gregos terem denominado o ponto, a linha e o plano como entes matemáticos, nos quais “com eles acabaram por construir geometria”. Eles reforçam que o conceito de rede, no caso, pontos unidos por linhas, traz na essência “elementos primitivos da ciência que permitiram construir e consolidar as habilidades de perceber o real e atribuir-lhes significados”. Com isso, foi possível construir a primeira consideração acerca da gênese do conceito. Isto é, “o que hoje as áreas do conhecimento reconhecem sob a denominação de rede social é uma construção linguística e cultural, apoiada sobre práticas observacionais que foram se constituindo ao longo da história humana”.

Mira e Bodoni (2011, p. 105) falam sobre a tecnologia, citando o Dicionário Aurélio, ser um “conjunto de conhecimentos, particularmente, conhecimentos científicos”. Outra

---

<sup>12</sup> A geometria euclidiana, formulada por volta do ano 300 a.C., definiu que por um único ponto passam infinitas retas, que numa reta, bem como fora dela, há infinitos pontos, mas que dois pontos distintos determinam uma única reta. Em um plano e também fora dele, há infinitos pontos. Foi essa geometria que permitiu à ciência medir, dimensionar, projetar, construir e interpretar o espaço físico até o século XIX. Por meio dessa geometria, surgiram as figuras geométricas, as quais organizam a percepção do real (VERMELHO, 2015, p. 866).

definição aplicável seria tratar-se de um “conjunto de conhecimentos científicos, dos processos e métodos usados na criação e utilização de bens e serviços”.

A expressão “tecnologia”, devido à sua abrangência, acabou formando diversas variantes, sendo a “tecnologia da informação” uma das mais praticadas e evocadas na atualidade. Sobre essa expressão, pode-se afirmar que ela trata, “especificamente, dos recursos computacionais e técnicos para geração, gestão e uso da informação” (MIRA; BODONI, 2011, p. 105).

Este uso da informação e, em especial, a velocidade com que ela trafega nos meios vigentes, evidencia a importância do uso da internet como elemento propulsor deste fenômeno. Também colabora para este cenário o amplo alcance das tecnologias no sentido geográfico, o que ajuda o processo de inclusão na informação em nível mundial, viabilizando ainda mais a disseminação da informação.

Um advento fundamental para a consolidação do processo de disseminação veloz de informações e troca de dados é a rede social. Sobre as redes sociais, um conceito exposto é o de que são, primeiramente, “relações entre pessoas, estejam elas interagindo em causa própria, em defesa de outrem, ou em nome de uma organização”. Acrescenta-se que elas podem ser “abertas à participação (por afinidades) e não deterministas nos seus fins (que podem ir sendo modificados ao sabor dos acontecimentos, porém mantendo a motivação inicial que gerou a rede)” (AGUIAR, 2006 *apud* ANGELO, 2016, p. 72).

Mira e Bodoni (2011, p. 106) analisam a expressão “rede social” como sendo interdisciplinar. Isto porque o termo social “remete ao gregário humano e às suas interações”. Ele se origina do latim, *Socius*, que significa “companheiro, subentendendo assim que, ao social, possui um interesse comum”.

Segundo Labadessa (2012, p. 84), as redes sociais estão conectadas diretamente à ideia de “interações sociais que aprimoram ou dificultam o acesso a informação e recursos”. Nas organizações, “as redes criam um capital social que, com o tempo, se torna uma vantagem competitiva”. O autor prossegue reforçando que, a partir do constante avanço da internet e de suas plataformas, “percebe-se um maior uso das redes sociais pelos usuários. Cada nova plataforma da internet tem mais interatividade e aproximação do virtual com o real”. Ele completa reforçando que, por estes processos, é constituído um “novo universo”, e este “se entende por meio da interconexão das mensagens, de sua vinculação a outras comunidades virtuais e sentidos variados que a renovam permanentemente”.

Elas podem ser compreendidas também como sendo “os novos dispositivos informacionais (mundos virtuais e informações em fluxo) e comunicacionais (comunicação

todos-todos) ”. Ainda, “os maiores portadores de mutações culturais, e não o fato de se misturar texto, imagem e som, como parece estar subentendido na vaga noção de multimídia”. Ainda a respeito, é colocado que “o ciberespaço encoraja os relacionamentos independentes de lugares geográficos e da coincidência dos tempos” (LEVY, 1999 *apud* LABADESSA, 2012, p. 84).

Sobre elas, pode-se aplicar tanto o termo “Redes Sociais Virtuais” como “Redes Sociais”. Mira e Bodoni (2011, p. 105) consideram ambos os termos como dicotômicos, sendo que “o segundo abrange o primeiro, sendo o segundo aplicável aos diversos estudos sobre organização de sociedade, enquanto o primeiro refere-se exclusivamente ao estudo das Redes Sociais estruturadas a partir de um sistema computacional”. Neste contexto, se adota a explanação de que “uma ‘Rede Social Virtual’ é uma ‘Rede Social’ com todas suas características inerentes, porém, ocorrendo através de uma interação virtual entre os seus atores”.

Vermelho (2015, p. 874-875) descrevem que as redes sociais “passaram a proporcionar aos seus usuários experiências de relações sociais horizontalizadas”. Mesmo que, segundo os autores, elas tenham sido criadas “num momento em que a sociedade está altamente verticalizada”. Eles também reforçam que as redes sociais, do ponto de vista estrutural das relações, “estão na contramão da própria organização social vigente”. Isso porque elas proporcionam experiências de relação diferentes das que as pessoas convivem em seus cotidianos. Ou seja, “em geral, nos espaços reais, as relações sociais se organizam a partir de uma hierarquia (chefe-funcionário, pai-filho) e, nas redes sociais, essa hierarquia não existe”.

Essa diferenciação de relações nas redes virtuais em comparação às relações do cotidiano pode ser comprovada pela possibilidade de os usuários terem uma porta de entrada para ampliar seus vínculos sociais. Além das relações, a troca de informações ganhou nova perspectiva com a profusão das redes sociais.

Segundo ressalta Labadessa (2012, p. 84), as redes “são dinâmicas e estão sempre em transformação”. O autor emenda lembrando que as pessoas escolhem a quem anseiam em se conectar, justificando que, “considerando valores específicos, ou seja, as relações entre indivíduos por computador não são aleatórias, são levados em conta diversos fatores para escolher se conectar ou não a alguém”.

Ângelo (2016, p. 73) reforça outro aspecto das redes sociais. Segundo a autora, trata-se de um “espaço de não-direito”, representando que as redes sociais “servem a propósitos diversos, nem sempre enriquecedores para a vida do cidadão”. Se, por um lado, “atendem às



demandas sociais de conhecimento, elas também atendem a interesses muitas vezes danosos às próprias comunidades que as utilizam”.

Outro aspecto lembrado sobre as redes sociais é o de que a força delas via Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) “reside no fato de que ela combina três características importantes: a liberdade, a capacidade e o alcance do indivíduo”. Também é colocado que a internet “é um espaço onde muitas transformações têm lugar” (SERRES, 2004 *apud* ÂNGELO, 2016, p. 73).

Perante a sociedade, as redes sociais possuem grande influência, que vem sendo conquistada na medida em que as pessoas foram descobrindo a potencialidade de compartilhamento de dados e de seu poder igualitário de acesso. Desse modo elas obtêm ascendência sobre os usuários, evidenciando aspectos positivos e negativos.

De acordo com Barros (2012, p. 3-4), o lado positivo da influência das redes sociais na sociedade é seu poder de mobilização junto a ela, em linhas gerais. Ações como protestos em prol de causas humanitárias, ou petições online para alguma decisão contra algo de representatividade negativa ou para alguma ação em benefício do bem comum. Elas, em via de regra, são efetuadas com muita eficácia, obtendo grandes repercussões. Já o lado negativo é lembrado pelas redes poderem ocasionar uma série de problemas, como o bullying<sup>13</sup>, ou “as várias formas de ‘cibercrime’<sup>14</sup>, uma prática de crime na internet que consiste em fraudar a segurança de computadores ou redes empresariais”. Ainda, frisa-se que as redes sociais têm o poder de “transformar o modo com que a nossa sociedade se comporta, influenciando rapidamente a opinião pública por meio do compartilhamento extremamente veloz de informações, o que está acarretando em uma verdadeira revolução”.

A partir deste ponto, se avançará para uma análise mais direta das redes sociais na internet e suas implicações diretas. Se verificará sobre as formas de impacto direto nas pessoas e sobre a relação direta entre as redes e a internet, trazendo mais argumentos, visando uma melhor reflexão sobre essa relação.

---

<sup>13</sup> É representado por atos de violência física ou psicológica, intencionais e repetidos, praticados por um indivíduo (do inglês bully, tiranete ou valentão) ou grupo de indivíduos causando dor e angústia, sendo executadas dentro de uma relação desigual de poder (BARROS, 2012, p. 4).

<sup>14</sup> Este crime também pode ser promovido de diversas maneiras: disseminação de vírus que coletam e-mails para venda de mailing; distribuição material pornográfico (em especial infantil); fraudes bancárias; violação de propriedade intelectual, ou mera invasão de sites para deixar mensagens difamatórias como forma de insulto a outras pessoas (BARROS, 2012, p. 4).

### 3.1 Redes sociais na internet

Já fora mencionado em outro momento sobre o aspecto igualitário vigente nas redes sociais, ou horizontalizado, o que faz com que as estruturas hierárquicas sejam ignoradas nestes ambientes. Assim, as redes sociais não levam em consideração classe social, nível intelectual, hierarquias familiares, idade, ou outros aspectos classificatórios para diferenciar as pessoas (VERMELHO, 2015, p. 874-875).

Deste modo, é válido mencionar que os elos e as relações em si são muito valorizados “em detrimento das estruturas hierárquicas”. Outro ponto lembrado é o trabalho informal em rede, que é “uma forma de organização humana presente em nossa vida cotidiana e nos mais diferentes níveis de estrutura das instituições modernas” (LABADESSA, 2012, p. 85-86).

Ainda se pode complementar sobre esse aspecto que

[...] diferentemente das instituições, as redes não supõem necessariamente um centro hierárquico e uma organização vertical, sendo definidas pela multiplicidade quantitativa e qualitativa dos elos entre seus diferentes membros, orientada por uma lógica associativa. Sua estrutura extensa e horizontal não exclui a existência de relações de poder e de dependência nas associações internas e nas relações com unidades externas (COLONOMOS, 1995 *apud* LABADESSA, 2012, p. 86).

O contexto colocado no ambiente da internet em anular possibilidades de diferenciação, impedindo a imposição de hierarquias, é esmiuçado por Vermelho (2015, p. 875). Para eles, a ausência de hierarquias representava uma “contradição em termos de experiência”, uma vez que pensar o coletivo, até então, “em praticamente qualquer dimensão e lugar, era pressupor ter alguém ou algum grupo que assumia uma condição superior aos demais, independentemente de se isso se dava por aspectos econômicos ou culturais”.

Sobre a relação dos fatores econômicos com a internet, por exemplo, é colocado o seguinte:

A elasticidade da Internet a torna particularmente suscetível a intensificar tendências contraditórias presentes em nosso mundo. Nem utopia nem distopia, a Internet é a

expressão de nós mesmos através de um código de comunicação específico, que devemos compreender se quisermos mudar nossa realidade. [...] [A invenção da Internet] reforça também a ideia de que a cooperação e a liberdade de informação podem ser mais propícias à inovação do que a competição e os direitos de propriedade (CASTELLS, 2003, p. 75 *apud* VERMELHO, 2015, p. 875).

Reforçando um conceito de uso coletivo, a atual geração da internet, segundo entendimento exposto, apregoa e pratica o lema de que “qualquer pessoa com pouco conhecimento de informática pode inserir, criar e retirar conteúdos da rede”. Reforça-se, assim, a ideia exposta de que a tecnologia das redes sociais “foi pensada, idealizada e construída para proporcionar relações horizontalizadas, sob a égide de um sistema fortemente alicerçado sobre a verticalidade” (VERMELHO, 2015, p. 875).

Um aspecto que pode ajudar no entendimento sobre a preponderância da igualdade no ambiente das redes sociais na internet é o fato do crescimento da população mundial, concomitante a uma maior disseminação da informação. Na medida em que os dados são disponibilizados a um maior número de pessoas, mais equânime é o contexto.

Essa ideia é melhor trabalhada por Labadessa (2012, p. 86), que menciona o aspecto privativo das pessoas. Ele argumenta que as redes sociais na internet “estão crescendo com a população mundial”. Também identifica que “as pessoas estão postando cada vez mais dados pessoais sem se importar ou conhecer o que e onde esses dados podem ser usados. Uma nova definição de ‘privacidade’ está sendo criada com as redes sociais”. Acrescenta-se que, “com o largo uso das redes sociais, a privacidade é testada a todo o momento. Isso porque os usuários divulgam informações sobre toda a sua vida”.

## 4 FACEBOOK

As redes sociais possuem um aspecto agregador em sua gênese, pois elas acabam exercendo um papel socializador em congregar em um mesmo espaço, ou plataforma, pessoas de diversas matrizes sociais, econômicas, etimológicas e culturais. Como já visto, não existe uma hierarquia nesses espaços, o que permite a cada usuário colocar seus dados e compartilhar as informações que desejar.

Uma das plataformas que vêm simbolizando estas ações e este cenário é o Facebook. Roldão (2018, p. 2) descreve essa rede social como sendo a “mais popular, tendo apresentado um crescimento exponencial”. O Facebook possibilita às pessoas se conectarem com familiares, amigos, conhecidos ou, eventualmente, desconhecidos, lhes dando chance de publicar e compartilhar conteúdo, por meio de fotos e atualizações de ‘status’.

Segundo Priscila Kinast, do portal “Oficina da Net”, em 2017 o Facebook atingiu a marca de 2 bilhões de usuários ativos mensais, quando foi declarada a rede social mais popular do mundo. Também é colocado que o Facebook é uma das formas “mais populares de se conectar” com as pessoas, muito pela sua acessibilidade, uma vez que a rede social pode ser utilizada em desktops, tablets, notebooks, smartphones e uma variedade de dispositivos móveis, o que impulsionou seu crescimento.

Ela foi fundada oficialmente em 2004 por Mark Zuckerberg, enquanto este era aluno da universidade de Harvard. A proposta inaugural era “criar uma rede que atingisse estudantes que estavam no final do secundário e ainda os que estivessem ingressando na universidade”. Com o seu crescimento e acessibilidade, consolidou-se como “um dos sistemas com a maior base de usuários do mundo” (RECUERO, 2009 *apud* FERREIRA; NEVES, 2013, p. 55).

Esses dados atestam a influência que essa rede social pode trazer a uma empresa que deseja “alavancar e inovar no que diz respeito ao Marketing de Relacionamento com seus clientes”, o que se comprova nos dias de hoje. Ainda, se destaca que uma das maiores competências do Facebook “é o fato de que ele foi uma das primeiras mídias sociais a abrir seu sistema para que programadores de software possam criar aplicativos aos usuários”. Essa estratégia “produz benefícios a uma empresa que decide investir na rede social, permitindo que os internautas possam interagir mais especificamente com a instituição”. Além disso,

permite “utilizar recursos que só estariam disponíveis no site da empresa, mas que, com esta facilidade, podem ser acessados ao fazer login em sua conta na página” (TORRES, 2009, *apud* FERREIRA; NEVES, 2013, p. 55-56).

O Facebook, além da ratificação de suas funções já expostas, contribui, enquanto rede social, para mudanças como reprodução, significado e publicação de discurso. Essas mudanças consistem em:

- a) a presença de audiências invisíveis, ou seja, o fato de que o discurso não está restrito a audiência percebida do mesmo, mas é reproduzido e repassado na rede; b) colapso dos contextos, que se refere ao fato de que o discurso não tem necessariamente um contexto dividido pelos participantes do processo, e, muitas vezes, é difícil de compreender pela ausência do contexto; c) borramento das fronteiras entre público e privado, que se refere ao fato de que não há fronteira entre os discursos expostos às várias redes sociais, justamente porque essas redes estão mais interconectadas nesses sites (BOYD, 2010, *apud* RECUERO; SOARES, 2013, p. 242).

Conforme descrito acima, essas modificações são importantes para o contexto, pois “são decorrentes da hiperconexão entre as redes sociais”. No caso de sites como o Facebook e outras redes sociais, “as práticas sociais que influenciam as conexões (como, por exemplo, a necessidade de ter mais conexões ou a flexibilidade do conceito de ‘amigo’) influenciam também os modos de espalhamento dos discursos entre os grupos sociais” (RECUERO; SOARES, 2013, p. 242).

O Facebook também vem sendo usado como uma ferramenta para aprendizagem. Scherer e Farias (2018, p. 4) apontam que, pelo advento das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs), “ocorreram mudanças significativas nos processos metodológicos de ensino da sociedade contemporânea, especialmente, na modalidade de educação superior (IES) a distância (EAD)”. Estas tecnologias permitem “um acesso ágil e compartilhado dos conhecimentos e contribuem cada vez mais para que ocorra a interatividade entre diferentes atores, principalmente nas suas relações pessoais, interpessoais e sociais”. Os autores complementam que não é exclusividade do Facebook esta finalidade, nem cabe a esta rede social a incumbência pela inovação do ensino superior. No entanto, “devido à ubiquidade das redes sociais e à ampla penetração entre os jovens e universitários, torna-se exequível aproveitar sua potencialidade para fazê-lo”.

Pode-se ter uma melhor noção sobre o Facebook e sua importância enquanto ferramenta para a comunicação pública, uma vez que ele é amplamente utilizado devido à sua

acessibilidade e é um importante meio para o acesso a informações. Neste contexto, se inclui a Câmara Municipal de Passo Fundo, cuja página no Facebook possui amplo envolvimento.

## 5 METODOLOGIA

Na presente seção, foram apresentados os métodos utilizados para construir a pesquisa, além de proporcionar esclarecimento sobre delimitação do tema e técnicas aplicadas, entre outros fatores que nortearam o andamento do estudo.

A partir dos objetivos específicos supracitados dessa pesquisa, podemos a classificar como exploratória. Segundo Gil (2002, p. 41), estudos que se enquadram nessa classificação têm como objetivo proporcionar familiaridade com o problema, podendo aprimorar ideias e descobertas de intuição e levantar hipóteses.

Assim, realiza-se o estudo a partir da pesquisa bibliográfica, com materiais coletados em livros, artigos, documentos e o regimento interno da Câmara. Essa averiguação permitirá a conceituação de comunicação pública, Câmara Municipal de Passo Fundo, redes sociais e Facebook.

Na sequência, faz-se a análise documental do Facebook da Câmara Municipal de Passo Fundo. Com esse tipo de abordagem, o pesquisador colhe informações, elabora sua percepção e deixa se guiar pelas especificidades do material selecionado. Ou seja, trata-se de uma análise de documentos que ainda não foram analisados e que induz o pesquisador a criar novas formas de compreender os fenômenos na medida em que investiga e interpretar os dados e sintetiza informações, determinando as tendências e fatores de interferência (SÁ-SILVA, 2009).

Contudo, a pesquisa pretende coletar e analisar dados e fazer a condensação dos mesmos a partir da categorização de Bardin, apresentando índices visíveis por diferenciação reagrupamento ou gênero, seguindo critérios previamente definidos (BARDIN, 1977, p. 48).

Foram esquematizadas oito categorias de conteúdo, que partem, a priori, de conceitos de comunicação pública apresentados por Jorge Duarte (2009), com as categorias 1) Projeto de Lei; 2) campanhas publicitárias; 3) recursos; 4) comunicação institucional; 5) Grande Expediente; 6) eventos; 7) tramitações; e 8) informativos.

O estudo é mais qualitativo do que quantitativo, tendo em vista que a pesquisa bibliográfica, documental e análise contaram com dados qualitativos e quantitativos, embora o conteúdo destes dados tenha seu estudo mais aprofundado em relação à quantidade. Dessa

forma, segundo Gil (2002), torna-se possível descrever com precisão fenômenos, tais como atitudes, valores e representações e ideologias, contidos nos textos analisados e esquematizados.

## 6 RESULTADOS

A presente seção apresenta o objeto de estudo e suas características, além de definir a categorização de conteúdos de Bardin (1997), com esquematizações dinâmicas para facilitar a compreensão dos resultados obtidos na pesquisa.

### 6.1 O Facebook da Câmara Municipal de Passo Fundo

Criado em 26 de outubro de 2011, o Facebook da Câmara de Vereadores de Passo Fundo transformou a comunicação do órgão, que passou a utilizar a plataforma digital com o intuito de executar uma comunicação moderna e acessível à comunidade. No ano de 2019, a página conta com 8.209 mil seguidores, apresentando informações básicas, como horário de funcionamento e principais contatos do Poder Legislativo, além da sua localização.

Figura 1 – Interface da página da Câmara de Vereadores de Passo Fundo no Facebook



Fonte: Facebook

## 6.2 Identificação das categorias de conteúdo

Devido à fanpage do Câmara Municipal ser atuante e desenvolver publicações diárias, foi realizada uma amostra temporal da mesma. Foi estudado o período do mês de agosto de 2019, com 56 publicações.

Duarte (2009, p. 1) cita cinco áreas diferentes e identificáveis para comunicação pública: a área identificada com os conhecimentos e técnicas da área de comunicação organizacional; com a comunicação científica; identificação com a comunicação do Estado ou governamental; com a comunicação política e com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada. O autor faz própria segmentação do que podemos considerar uma comunicação pública.

Duarte (2009, p. 59) também observa sobre a comunicação pública demandar ações como o compromisso em priorizar o interesse público em relação ao interesse individual ou corporativo, a centralização do processo no cidadão e o tratamento dado à comunicação como um processo mais amplo do que informação. Além destas, ainda são listadas a “adaptação dos instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses dos públicos” e, ainda, “assumir a complexidade da comunicação, tratando-a como um todo *uno*”.

O setor da comunicação na Câmara se apodera destas funções na medida em que compete a este trabalhar com os itens e processos inerentes ao Poder Legislativo, de forma a tornar um conteúdo noticioso e acessível para os usuários do Facebook. Essa transformação necessária se dá para que o público que acessa a página possa consumir as publicações colocadas no perfil pertencente à Câmara.

Elas giram em torno dos elementos listados abaixo e que são relacionados aos temas que são trabalhados no Legislativo do município. Além das demandas, são abordados os ritos protocolares a uma sessão plenária, as ações institucionais nas quais a Câmara encampa, além das proposições e outros documentos protocolados por vereadores e seus gabinetes. A divulgação desses itens compete ao dever do Poder Legislativo em atender aos interesses públicos. Os elementos em questão estão listados e detalhados na tabela a seguir:



Quadro 1- Elementos componentes das funções pertencentes ao Legislativo

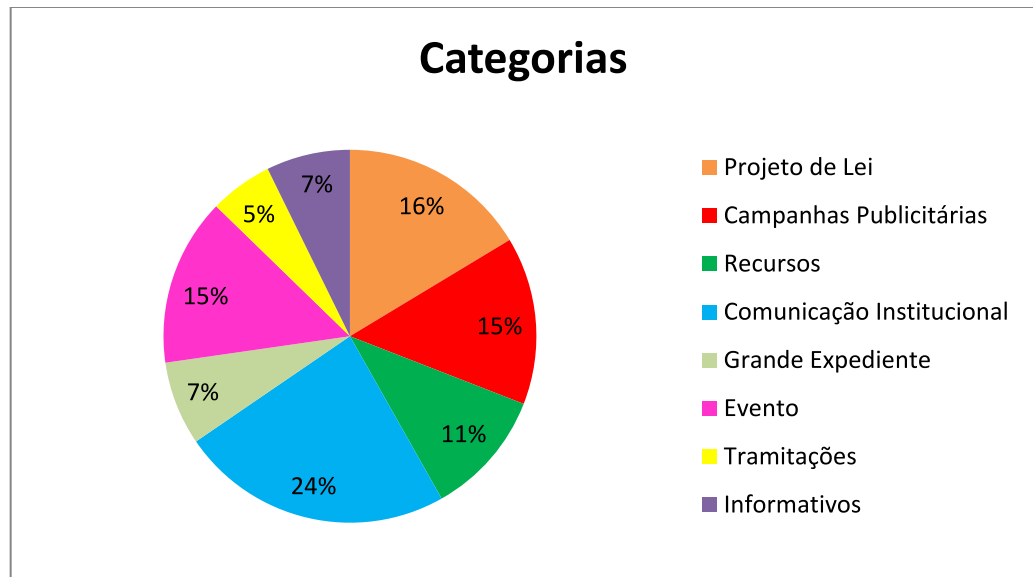
Projetos de Lei	Nesta categoria, estão apresentadas todas as divulgações que são referentes a projetos de Lei, sobre sua aprovação no Legislativo, seccionamento ou criação de novas leis para o município.
Campanhas Publicitárias	A categoria de campanhas é referente às campanhas publicitárias que a câmara adere ou cria.
Recursos	Essa categoria diz respeito às verbas e emendas que o Legislativo ou cada vereador, individualmente, viabiliza em benefício do município.
Comunicação Institucional	A comunicação institucional da Casa Legislativa se dá perante as transmissões ao vivo das sessões plenárias, ação que salienta a transparência, o acesso à informação e a prestação de contas a comunidade. Ou seja, é um instrumento da construção da cidadania, além da participação da comunidade, dentro do Legislativo.
Grande Expediente	Segundo ao Artigo nº 111 do Regimento Interno, cada vereador tem direito a 30 minutos para seu pronunciamento, momento no qual ele aborda assuntos de sua livre escolha.
Eventos	Esta categoria refere-se aos eventos que acontecem dentro e fora das dependências do Legislativo e que envolvem a Câmara e aqueles que vereadores se fazem presentes e representando o Legislativo.
Tramitações	As tramitações são processos legislativos em que projetos e demais matérias são discutidos e recebem adequações internas. São debatidos nas comissões, na pauta.
Informativos	As publicações de caráter informativo são atividades desenvolvidas para conhecimento da comunidade, ou seja, são atividades desenvolvidas não corriqueira ou até mesmo informações sobre novos procedimentos ou técnicas legislativas.  (Exemplos: nova comissão temporária, locais de acesso à informação e material externo de interesse da comunidade.)

Fonte: Elaboração da autora a partir dos dados primários (2019)

### 6.3 Categorias e resultados

Nesta parte, foram tratados e analisados os elementos presentes nas 56 publicações da página da Câmara Municipal de Vereadores de Passo Fundo no Facebook. O gráfico a seguir ilustra o índice de frequência em relação a cada um destes elementos.

Gráfico 1 – Categorias das publicações na página da Câmara no Facebook



Fonte: Elaboração da autora a partir dos dados primários (2019)

No gráfico 1, são abordados os temas trabalhados na plataforma do Facebook da Câmara Municipal de Passo Fundo. Pelos índices apontados, verificou-se uma maior incidência de postagens envolvendo temas voltados à comunicação institucional. Ou seja, o que mais se encontra na página da Câmara no Facebook são assuntos de ordem institucional, no caso, ações de vereadores em alguma área ou em nome do Poder Legislativo com foco na promoção da imagem da Casa, o que incluem a transmissão das sessões e matérias sobre as ações ocorridas.

Embora se constate uma predominância de postagens com temas institucionais, não se verifica uma hegemonia. Ao contrário, foi possível identificar certo equilíbrio de categorias presentes na página da Câmara do Facebook. Afinal, a comunicação institucional corresponde a apenas 24% do total de postagens coletadas, o que não alcança um terço do montante.

Logo a seguir, aparecem as postagens vinculadas a matérias sobre Projetos de Lei aprovados, sancionados ou ainda em tramitação interna, com 16%. Afinal, é de interesse da Câmara que os curtidores e a comunidade em geral saibam sobre os projetos que virão para atender aos interesses da população.

As campanhas publicitárias representam 15% do total de postagens, mostrando que a Câmara possui engajamento com diversas campanhas adotadas pela sociedade, além da propagação de ações internas e externas que possuem cunho comunitário. Com a mesma porcentagem, aparecem os eventos, onde são relatadas as Sessões Especiais e outras cerimônias com intuito de homenagem.

Com o mesmo viés das campanhas, as postagens referentes a recursos também ocupam espaço na página, tendo 11% das postagens. Essa categoria aparece apontando para investimentos que os vereadores obtêm junto a outras esferas, normalmente, a federal para futuros investimentos em áreas de grande interesse público, como saúde, educação, segurança pública e infraestrutura.

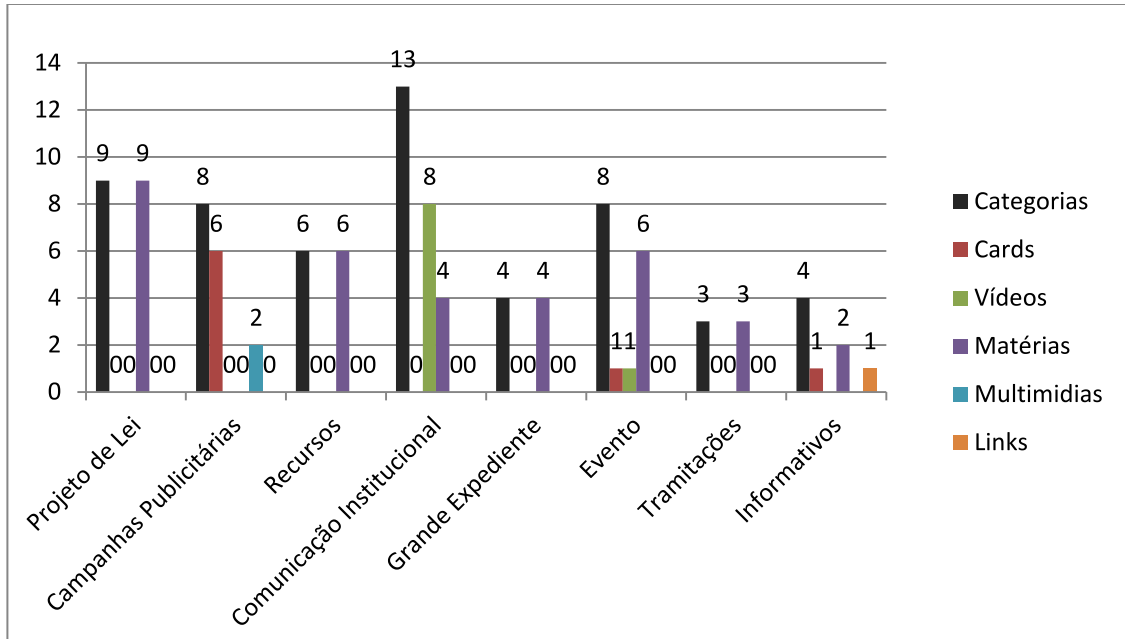
Logo, com 7%, aparecem postagens sobre Grande Expediente e informativos. O primeiro trata-se de um item obrigatório da Sessão Plenária, onde o vereador aborda um ou mais temas de livre escolha para falar na tribuna por até 30 minutos, podendo fazer uso de áudios e/ou vídeos. Os informativos levam à comunidade informações sobre situações eventuais ou prestação de serviços.

Por fim, com apenas 5%, aparecem postagens sobre tramitações, que versam sobre projetos de diversas ordens que tramitam na Câmara Municipal e que estão em fase de análise pelas comissões permanentes da Casa ou pela Procuradoria. Alguns destes projetos, por serem de grande interesse público, são tratados com mais proximidade, gerando repercussão eventual sobre seus andamentos internos.

#### **6.4 Categorias e tipos de mídia (Recursos de linguagem)**

Nesta parte, serão verificados os índices de publicação de cada categoria mediante as mídias disponíveis para veiculação. No gráfico a seguir, será possível identificar qual mídia (recurso de linguagem) é mais usada para publicação de determinado tema e qual é menos utilizada. Será possível depreender sobre quais linguagens de comunicação o setor lança mão para publicar as notícias e fatos envolvendo o Legislativo Municipal.

Gráfico 2 – Mídias utilizadas e seus índices para cada categoria



Fonte: Elaboração da autora a partir dos dados primários (2019)

Os itens abordados acima, definem quais mídias são mais utilizadas conforme a categoria relatada. A comunicação institucional, como categoria com o maior número de postagens, aparece sendo vídeos o tipo de mídia mais postado na categoria de comunicação institucional. Mais no geral o maior tipo de mídia publicado pela Câmara Municipal de Passo Fundo são matérias, essas que tem a função de apresentar ações do legislativo, no ambiente interno ou externo, conforme apresentados pelas categorias.

Nas demais categorias o seu conteúdo é publicado em diferentes formatos, como nas campanhas publicitárias que boa parte delas são veiculadas em formato de cards.

## 6.5 Interações e Seguidores

A Tabela 2 a seguir apresenta os números relacionados a cada categoria tratada pela página da Câmara de Vereadores de Passo Fundo no Facebook. Os números contidos nela expõem a quantia precisa de reações, compartilhamentos e comentários, culminando no total de interações nas publicações coletadas. Os números foram extraídos de relatório contido na página desta rede social, sendo contados detalhadamente de forma individual.

Tabela 2 – Interações por categoria na página

CATEGORIAS	REAÇÕES	COMPARTILHAMENTOS	COMENTÁRIOS	Total
Projetos de Lei	227	60	30	317
Campanhas Publicitárias	42	4	2	48
Recursos	122	48	4	174
Comunicação Institucional	204	29	68	301
Grande Expediente	68	11	2	81
Evento	150	14	17	181
Tramitações	24	4	2	30
Informativos	291	19	48	358
<b>Total:</b>	<b>1.128</b>	<b>189</b>	<b>173</b>	
<b>Total de Interação 1.490</b>				

Fonte: Elaboração da autora a partir dos dados primários (2019)

Podemos observar na Tabela 2 que as publicações informativas (291) são as que se sobressaem na interação com o público, comprovando o conceito trazido anteriormente por Duarte, o qual trata que a adaptação dos instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses dos públicos é uma das exigências da comunicação pública.

Logo, em seguida, os Projetos de Lei (227) possuem considerável interação do público, comprovando que, com isso, é possível observar que as futuras ações em curso vindas do Poder Legislativo são de grau considerável de interesse da população. Tanto que se verifica um maior número de compartilhamentos nos Projetos de Lei do que na área da Comunicação Institucional, embora esta última possua mais comentários.

Outro item que se destaca nos levantamentos realizados é o correspondente aos Recursos, onde se constatou quantia elevada de compartilhamentos (48), apenas atrás dos Projetos de Lei (60). Uma vez que esse item trata das verbas a serem investidas no município, é considerado parte de grande interesse público, embora chame atenção o baixo número de comentários.

Os informativos chamam atenção neste levantamento com um alto índice de reações (291) e de comentários (48), se comparado aos demais elementos, reforçando sobre o

princípio do interesse público. Os dados demonstram que a população tem seu interesse despertado quando há alguma nova comissão criada ou alguma ação diferenciada ocorrendo no Parlamento.

Por outro lado, as tramitações não despertam muito interesse da comunidade mediante os números apresentados. Os projetos que tramitam na Câmara e que podem virar leis municipais em breve não geram grande envolvimento dos usuários. Mesmo que não estejam entre os temas mais publicados, constatou-se ser o menor índice de reações, além de mostrar o menor número de compartilhamentos (4) e comentários (2), assim como as campanhas publicitárias.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa certificou que as redes sociais representam um artifício de grande valia nas funções de divulgação e disseminação de informações referentes a determinado órgão ou determinada entidade. Em um mundo onde a velocidade do giro de informações é cada vez maior, o uso das redes sociais como canal de compartilhamento de conteúdo é imprescindível.

Neste caso, o estudo se concentrou na página da rede social Facebook pertencente à Câmara de Vereadores de Passo Fundo. Como órgão Legislativo do município, cabe a ela buscar o atendimento às demandas da comunidade e ações, leis, e também transmitir informações.

Para que fosse possível obter o devido entendimento sobre a relação entre os objetos dessa pesquisa, primeiramente, abordou-se a comunicação pública e seus princípios. Relatou-se a importância de estabelecer relações entre o governo e a sociedade, além do uso de ferramentas que auxiliem os órgãos públicos a externar ações que possam ir ao encontro de interesses da sociedade. Buscou-se, por meio deste processo, um fazer social que visa à aproximação entre a entidade pública e a comunidade.

No momento seguinte, a Câmara Municipal de Vereadores da cidade de Passo Fundo foi tratada e estudada como um dos principais objetos de estudo desta pesquisa. Foi feita uma investigação sobre seu funcionamento, sua organização, tendo ênfase em seus regimentos, dimensionando-a através de normas expostas na Lei Orgânica Municipal e no Regimento Interno da Casa Legislativa. Por meio destes instrumentos, pôde-se esmiuçar o funcionamento da instituição pelas normas instituídas que tratam dela diretamente.

Foi preciso delinear as normas expostas sem a necessidade de reproduzir na íntegra as legislações municipais vigentes, limitando apenas à exposição dos termos que dizem respeito ao Legislativo Municipal. Ainda nesta seção, foi relatada a relação da Câmara com o setor de comunicação social e algum possível regimento específico, onde constatou-se a ausência de alguma cartilha para gerenciamento deste setor.

Os órgãos e entidades públicos estão inseridos neste contexto, de modo a usufruírem e praticarem o exercício de produzir e disseminar informações, fazendo das redes sociais seus canais de propagação. Verificou-se que o público utiliza de diversas mídias para consumir conteúdo, de modo que cabe às instituições estarem sempre alinhadas com os processos de disseminação e consumo de informações.

Em um próximo momento, as redes sociais foram o objeto de tratamento, por serem através delas a atual dinamização da troca de informações. Abordou-se desde seus conceitos primordiais, passando por seu viés de interatividade e seu aspecto multidisciplinar, devido à gama de atividades viáveis por esta ferramenta. Qualquer usuário de determinada rede social pode compartilhar e ser o disseminador de determinada informação. Desse princípio, se desenvolve um aspecto dos mais trabalhados nesta pesquisa, que é a interação de usuários através do material produzido e postado na página da Câmara.

Tratou-se do Facebook como rede social e como um grande canal informativo, uma vez que, com o passar do tempo, esta rede desenvolveu-se de forma muito dinâmica, atendendo atualmente a múltiplas necessidades dos usuários, caracterizando-se como uma rede social multiplataforma por sua ampla variedade de tarefas.

Com base nessa multiplicidade, os órgãos públicos, atualmente, adotam o Facebook como ferramenta de divulgação e compartilhamento de informações. No caso da Câmara de Vereadores de Passo Fundo, o seu perfil nessa rede social configurou-se uma importante ferramenta de disseminação de informações.

Com auxílio de conceitos trazidos por Laurence Bardin, realizou-se análise do conteúdo publicado na página da instituição no Facebook, na qual constatou-se que o maior percentual de envolvimento e interação é verificado em itens referentes a materiais informativos e, em seguida, de natureza institucional, com as sessões transmitidas ao vivo e outros materiais de envolvimento exclusivo e direto da Câmara, que segundo os conceitos estudados por Duarte, integram um processo de comunicação pública.

Cabe ressaltar que, mesmo com a página sendo constantemente abastecida, os usuários possuem pouca interação. Levando em conta o número de seguidores que a página possui e o conteúdo desenvolvido pela mesma, as reações, compartilhamentos e comentários poderiam ser ainda maiores. Um maior envolvimento fortaleceria a comunicação pública da Câmara como parte do processo de potencialização da cidadania.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, Sonia. *Redes sociais e tecnologias digitais de informação e comunicação: relatório final de pesquisa*. Rio de Janeiro: Nupef/RITs, 2006.
- ANGELO, Edna. *Redes sociais virtuais na sociedade da informação e do conhecimento: economia, poder e competência informacional*. Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 21, n. 46. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2016. p.71-80.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, Arthur de Alvarenga; CARMO, Michelle Fernanda Alves do; SILVA, Rafaela Luiz da. *A influência das redes sociais e seu papel na sociedade*. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2012. p. 1-6.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BEZERRA, Juliana. *Três Poderes*. Toda Matéria: conteúdos escolares. 2019. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/tres-poderes>. Acesso em: 19/09/2019.
- BORGES, Tiago Gautier Ferreira; WEBER, Maria Helena. *Mapeamento da Comunicação Pública dos Três Poderes do Estado Brasileiro*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010. p. 1-13.
- BOYD, Danah. *Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications*. In: PAPACHARISSI, Zizi (ed.). *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge, 2010. p. 39-58.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. *Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública*. VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Brasília: Instituto de Educação Superior de Brasília, 2006. p. 1-14.
- BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 18/09/2019.
- CASTELLS, Manoel. *A Galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- COLONOMOS, A. (Org.) *Sociologie des réseaux transnationaux; communautés, entreprises et individus: lien social et système international*. Paris: L'Harmattan, 1995.
- DINES, Alberto. *Conceitos de serviço público: media, estatais e privados*. In: 6º Congresso Internacional de Jornalismo de Língua Portuguesa. 2005. Disponível em: <http://observatoriodeimprensa.ig.com.br>. Acesso em: 17/9/2019.

- DUARTE, Jorge. *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- EDUCQ. *Princípios Constitucionais da Administração Pública*. Site Máquina de Aprovação. 2014. Disponível em: <https://maquinadeaprovacao.com.br/dicas/principios-constitucionais-da-administracao-publica>. Acesso em: 18/09/2019.
- FERREIRA, Juliana Xavier; NEVES, Leonardo Holzmann. *A utilização das redes sociais: um estudo de caso sobre o Facebook como estratégia de marketing no banco Bradesco S.A.* Revista Gestão Premium / Cursos de Administração e Ciências Contábeis FACOS/CNEC. Gravataí: Faculdade Cenecista Nossa Senhora dos Anjos (FACENSA), 2013.
- GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- KINAST, Priscila. Site Oficina da Net. *Os 10 países que mais acessam o Facebook no Mundo*. Publicado em 16/07/2019. Disponível em: [https://www.oficinadanet.com.br/midias\\_sociais/26638-os-10-paises-que-mais-acessam-o-facebook-no-mundo](https://www.oficinadanet.com.br/midias_sociais/26638-os-10-paises-que-mais-acessam-o-facebook-no-mundo). Acesso em: 17/11/2019.
- LABADESSA, Edson. *O uso das redes sociais na internet na sociedade brasileira*. Revista Metropolitana de Sustentabilidade – RMS. v. 2, n. 2. São Paulo: Flamingo, 2012. p. 82-94.
- MATOS, Heloiza Helena Gomes de. *Comunicação Política e Comunicação Pública*. Organicom. v.3, n.4,. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.
- \_\_\_\_\_ . *Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. São Paulo: ECA/USP, 2013. 288 p.
- MIRA, José Eugênio; BODONI, Patricia Soares Baltazar. *Os impactos das redes sociais virtuais nas relações de jovens e adultos no ambiente acadêmico nacional*. Revista de Educação, v.14, n.17. Bauru: Anhanguera Educacional, 2011. p. 103-115.
- MORAIS, Pedro Antony de. *Princípios básicos que regem a Administração Pública*. 2015. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/36199/principios-basicos-que-regem-a-administracao-publica> Acesso em: 18/09/2019.
- NOVELLI, Ana Lucia Coelho Romero. *O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança*. Organicom. v.3, n.4,. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.
- PASSO FUNDO. *Regimento Interno da Câmara de Vereadores de Passo Fundo*. Atualizado até a Resolução de Plenário nº 8. 2018.
- \_\_\_\_\_ . *Lei Orgânica nº 02*. Prefeitura Municipal de Passo Fundo. 1990.
- PIRES, Antônio Cecílio Moreira. *Direito administrativo*. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- PRADO, Cláudio; CAMINATI, Francisco; NOVAES, Thiago. *Sinapse XXI: Novos paradigmas em Comunicação*. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME,

Takashi (Orgs.). *Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005.

- RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

- RECUERO, R; SOARES, P. *Violência simbólica e redes sociais no Facebook: o caso da fanpage "Diva Depressão"*. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 26, p. 239-254, 2013.

- ROLDÃO, Marta Alexandra Sousa. *O que leva os utilizadores das redes sociais a partilhar e a publicar? Um estudo comparativo: Facebook e Instagram*. Dissertação de Mestrado em Marketing - Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. 111 p. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2018.

-SÁ-SILVA, Jackson R.; ALMEIDA, C.D.; GUINDANI, J.F. *Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas*. *Revista Brasileira de História e Ciências Sociais*. São Leopoldo, v.1, n.1, p. 1-15, jul. 2009. Disponível em: [http://www.rbhcs.com/index\\_arquivos/Artigo.Pesquisa %20documental.pdf](http://www.rbhcs.com/index_arquivos/Artigo.Pesquisa%20documental.pdf). Acesso em: 20 out. 2019.

- SCHERER, Angelo Luís; FARIAS, Josefa Gomes de. *Uso da Rede Social Facebook como Ferramenta de Ensino-aprendizagem em Cursos de Ensino Superior*. *Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e a Distância*, [S.l.], v. 17, n. 1, 2018. ISSN 1806 - 1362. DOI: <http://dx.doi.org/10.17143/rbaad.v17i1.44>.

- TORRES, Cláudio. *A bíblia do marketing digital*. São Paulo: Novatec, 2009.

- VERMELHO, Sônia Cristina; VELHO, Ana Paula Machado; BERTONCELLO, Valdecir. *Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores*. *Educ. Pesqui*, v. 41, n. 4. São Paulo: PUC, 2015. p. 863-881.

- \_\_\_\_\_. *Na comunicação pública, a captura do voto*. *Logos 27: Mídia e Democracia*. v. 14. Porto Alegre: Ed. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007. p. 21-42.