



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



RELATO DE EXPERIÊNCIA

#TONACÂMARA: COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E

PARTICIPAÇÃO CIDADÃ NOS COMENTÁRIOS DO INSTAGRAM

Karen Pacheco Fontenele¹ - Universidade de Brasília (UnB); karenfontenele@gmail.com

RESUMO

Este relato de experiência analisa a estratégia de comunicação digital #ToNaCamara, desenvolvida pela Câmara dos Deputados no Instagram, com o objetivo de aproximar a instituição da sociedade. O estudo baseia-se na observação sistemática e na análise qualitativa de 40 publicações realizadas entre 22 de maio de 2022 e 22 de maio de 2023, que somaram 1.079 comentários de usuários. A investigação buscou compreender de que modo os cidadãos se apropriam do espaço destinado a comentários para expressar percepções, críticas, dúvidas e reivindicações relacionadas à atuação parlamentar. Os resultados indicam que, embora a campanha tenha sido concebida como iniciativa de comunicação institucional e estímulo ao engajamento, os comentários funcionaram também como arena de debate público, cobrança por responsividade e manifestação de dissensos. A experiência evidencia potencialidades e limites das plataformas digitais para a comunicação pública.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação pública. Instagram. Participação cidadã. Mídia digital. Democracia digital.

1. INTRODUÇÃO

A consolidação das plataformas digitais reconfigurou as formas de circulação da informação, de visibilidade institucional e de participação social. No campo da comunicação pública, esse movimento ampliou as possibilidades de contato direto entre instituições e cidadãos, mas também tornou mais evidentes as tensões entre estratégias de gestão da imagem, expectativas de transparência e demandas por diálogo. Nesse cenário, as redes sociais digitais passaram a ocupar lugar central nas rotinas de comunicação de órgãos públicos, inclusive do Poder Legislativo.

¹ Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade de Brasília. Pesquisadora do Centro de Estudos, Tecnologia e Política (CTPOL/UnB). karenfontenele@gmail.com.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Este relato de experiência toma como objeto a campanha #ToNaCamara, desenvolvida pela Câmara dos Deputados em seu perfil no Instagram, e busca analisar como essa iniciativa se insere nas dinâmicas contemporâneas de midiaticização e participação. A proposta da campanha consistiu em estimular a interação dos usuários por meio de repostagens em uma estratégia que utiliza, desde o seu slogan, uma linguagem mais próxima do ambiente da plataforma.

O problema que orienta a análise pode ser sintetizado na seguinte questão: em que medida uma estratégia de comunicação institucional voltada ao engajamento digital é apropriada pelos cidadãos como espaço de debate, cobrança e manifestação política?

Parte-se da hipótese de que, embora a campanha tenha sido desenvolvida para reduzir a distância entre o órgão e o público e, subsequentemente, ampliar o alcance informativo, os comentários dos usuários extrapolam a lógica de engajamento e passam a operar como instância de interpelação pública da própria instituição.

A discussão apoia-se em contribuições sobre midiaticização, redes e democracia digital. O debate encontra em Habermas (2003) um grande expoente, sendo referência para pensar a esfera pública como espaço de circulação argumentativa, ainda que hoje ampliado e tensionado pela lógica das plataformas.

Gomes (2005) contribui ao discutir a democracia digital e os limites concretos da participação civil mediada por tecnologias e Sodré (2002) aduz que a midiaticização altera formas de vínculo social e reorganiza os circuitos de produção de sentido.

Castells (2013), por sua vez, mostra que as redes digitais potencializam novas expressão coletiva e mobilização, mesmo em momentos em que apenas reverbera disputas ideológicas realizadas em bolhas que muitas vezes não dialogam entre si.

1.1 Comunicação digital, midiaticização e participação

A expoente digitalização da comunicação alterou profundamente os modos de presença das instituições no espaço público. Na lógica da chamada economia da



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



atenção (DAVENPORT; BECK, 2001), é necessário disputar os olhares, produzir compreensão e responder a audiências que comentam, reinterpretem e contestam mensagens em tempo real.

Nesse contexto, a comunicação pública passa a conviver com dinâmicas próprias das plataformas, marcadas pela circulação acelerada, pela visibilidade algorítmica e pela personalização da experiência de consumo informacional (Silva, 2005).

Sodré (2002) observa o cenário e apresenta a midiaticização como processo estrutural reorganizador das interações sociais. Assim, compreender a atualidade exige abrir mão da visão instrumental do uso de meios para observá-lo enquanto ambiência na qual instituições e sujeitos exercem práticas de comunicação conforme lógicas midiáticas, financeiras e simbólicas.

Nas plataformas, isso significa que a linguagem institucional tende a se adaptar a formatos mais breves, visuais e interativos, muitas vezes em busca de proximidade simbólica com o público (RECUERO, 2005).

Ao mesmo tempo, a literatura sobre democracia digital adverte que a mera abertura de canais não se traduz necessariamente em participação qualificada. Gomes (2005) reforça que o potencial das tecnologias em transformar a democracia depende das condições de acesso, da arquitetura dos ambientes e da disposição institucional para acolher a intervenção cidadã. Na prática, isso significa que comentários e reações podem tanto ampliar a deliberação quanto ser absorvidos por bolhas e não modificar o cenário político.

A noção de esfera pública habermasiana é basilar para enfrentar esse problema, mesmo que formulada em outro contexto histórico. Afinal, a legitimidade democrática depende da possibilidade de circulação livre de argumentos e da discussão pública de interesses coletivos.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Nas redes sociais, porém, essa circulação ocorre sob mediações técnicas e econômicas específicas, o que produz tensões entre debate público, performance de engajamento e comunicação institucional.

1.1 A experiência da campanha #ToNaCamara

A campanha #ToNaCamara pode ser compreendida como esforço de engajamento institucional para aumentar a participação política nas atividades parlamentares. Em vez de reproduzir apenas comunicados formais, as repostagens buscaram convidar os usuários a interagir com o perfil.

A campanha operou, assim, como estratégia de aproximação simbólica, tentando reduzir a distância entre a instituição e a sociedade por meio de uma linguagem menos protocolar (KUNSCH, 2003).

Entretanto, a abertura à interação produziu efeitos que extrapolaram o planejamento comunicacional. Em muitos casos, os comentários não respondiam apenas ao tema específico da postagem. Usuários aproveitavam o espaço para cobrar posicionamentos institucionais, questionar decisões da Câmara, criticar parlamentares e manifestar indignação diante de conjunturas políticas. Assim, a caixa de comentários deixava de ser mero indicador de engajamento e passava a funcionar como superfície de disputa narrativa.

Esse deslocamento é especialmente relevante porque evidencia a assimetria entre a lógica institucional da publicação e a lógica social da recepção. Enquanto o perfil busca organizar a mensagem, os usuários reaproveitam o espaço para reinscrever suas próprias agendas. A experiência mostra, portanto, que a comunicação pública em plataformas não pode ser compreendida somente a partir do conteúdo emitido; ela precisa considerar os usos, apropriações e desvios produzidos pelas audiências conectadas.

2. METODOLOGIA



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Do ponto de vista metodológico, foi empreendido um estudo analítico baseado na observação sistemática de postagens e na análise qualitativa dos comentários publicados.

O percurso combina descrição do dispositivo comunicacional, leitura interpretativa das interações e identificação de recorrências discursivas. O objetivo não foi medir representatividade estatística, mas compreender sentidos, usos, disputas e deslocamentos produzidos na interação entre comunicação institucional e participação cidadã.

A análise dos comentários seguiu orientação qualitativa, inspirada na perspectiva de Bauer e Gaskell (2002), para quem textos e interações verbais constituem material importante na compreensão de práticas sociais e de processos de significação.

Também se dialoga com Recuero (2009), ao reconhecer que rastros conversacionais em ambientes digitais permitem identificar padrões de interação, posicionamentos e disputas simbólicas

A pesquisa foi desenvolvida a partir da observação de 40 publicações da campanha #ToNaCamara divulgadas no Instagram da Câmara dos Deputados entre 22 de maio de 2022 e 22 de maio de 2023.

O corpus totalizou 1.079 comentários, compreendidos aqui como material empírico relevante para a análise das formas de participação suscitadas pela iniciativa, analisados à luz da teoria.

A escolha do recorte considerou a regularidade temporal da campanha e a possibilidade de acompanhar um conjunto expressivo de interações em torno de conteúdos institucionais.

Foram observados o tema de cada postagem, o tipo de abordagem empregado, os recursos de linguagem utilizados e, principalmente, os modos pelos quais os usuários reagiram ao conteúdo publicado.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Operacionalmente, os comentários foram lidos e agrupados por recorrência temática. Ao longo da leitura, consolidaram-se quatro eixos interpretativos: manifestações de apoio institucional; pedidos de informação ou esclarecimento; críticas à Câmara e à atuação parlamentar; e comentários que deslocavam o foco do post para debates políticos mais amplos. Tal classificação não pretendeu encerrar a complexidade do material, mas oferecer uma chave de leitura coerente com o objetivo do estudo.

Por se tratar de um relato de experiência com base em conteúdos públicos disponíveis na plataforma, a ênfase recaiu sobre a interpretação comunicacional do fenômeno. O interesse central foi compreender como uma iniciativa institucional concebida para informar e engajar passa a ser reconfigurada pelos usos dos públicos no espaço dos comentários.

3. Do feed à bancada: O impacto dos comentários na atividade parlamentar

A leitura dos 1.079 comentários permitiu identificar quatro movimentos recorrentes. O primeiro reúne manifestações de apoio e reconhecimento da iniciativa, geralmente associadas à valorização da linguagem clara e da tentativa de aproximação com o público.

O segundo corresponde a dúvidas e pedidos de esclarecimento, o que reforça a dimensão informativa da campanha e indica que o perfil é percebido também como canal de consulta.

O terceiro eixo concentra críticas à instituição, a parlamentares ou ao funcionamento do processo legislativo. Nesses casos, o comentário funciona como espaço de cobrança pública.

O quarto movimento abrange postagens que usam o tema publicado apenas como gatilho para discussões políticas mais amplas, muitas vezes polarizadas,



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



revelando como o ambiente de plataforma tende a conectar temas específicos a disputas conjunturais mais extensas.

Os achados sugerem que comentários cumprem funções ambivalentes: de um lado, reforçam indicadores de engajamento valorizados pelas plataformas. De outro, consubstanciam expectativas que suplantam a lógica da comunicação promocional.

Quando a instituição não responde ou responde pouco, torna-se visível um limite importante da participação mediada: embora haja fala cidadã, nem sempre há reciprocidade institucional.

Desse modo, o material também mostra que visibilidade não equivale a diálogo. A participação existe, mas é atravessada por assimetrias de poder, curadoria institucional e regras da própria plataforma.

Enquanto relato de experiência, esse resultado é particularmente relevante para profissionais e pesquisadores da comunicação pública, na medida em que sugere que iniciativas de engajamento digital precisam ser arquitetadas não somente em função de alcance e linguagem, mas também de governança da interação. Em outras palavras, abrir espaço para comentar implica lidar com demandas por resposta, conflito, crítica e pluralidade discursiva.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência analisada mostra que a campanha #ToNaCamara constitui exemplo relevante de adaptação da comunicação institucional à lógica das plataformas digitais. Ao buscar explicar o funcionamento do Legislativo em linguagem mais acessível, a iniciativa amplia a visibilidade da Câmara dos Deputados e cria condições para uma aproximação simbólica com diferentes públicos.

Ao mesmo tempo, os comentários evidenciam que a participação cidadã nas redes não se limita ao engajamento previsto pela instituição. Os usuários transformam o espaço interativo em local de questionamento, crítica, debate e



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



cobrança, o que revela tanto o potencial democrático quanto as tensões da comunicação pública em ambientes plataformizados.

Em síntese, o estudo confirma a hipótese de que o espaço de comentários funciona como arena de deliberação difusa e de interpelação pública, ainda que marcado por baixa reciprocidade institucional. Para futuras iniciativas, a experiência sugere a importância de estratégias que articulem clareza informativa, escuta ativa e protocolos de interação compatíveis com as expectativas contemporâneas de participação.

REFERÊNCIAS

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DAVENPORT, Thomas H.; BECK, John C. *A economia da atenção: compreendendo o novo valor dos negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Fronteiras - Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. 7, n. 3, 2005.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

SILVA, Sivaldo Pereira da. **Graus de participação democrática no uso da internet pelos governos das capitais brasileiras**. *Opinião Pública*, Campinas, v. 11, n. 2, p. 450-468, out. 2005.

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

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.