Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Midiatização da administração pública e a circulação como estratégia: estudo de caso do Instagram do prefeito de Brusque/SC nas ações de abordagem social[1]

Mediatization of public administration and circulation as a strategy: a case study of the Mayor of Brusque/SC's Instagram in social outreach actions

João Paulo da Silva

Palavras-chave: Midiatização; Circulação; Política.

O presente trabalho analisa como a sociedade midiatizada tem possibilitado aos políticos, neste caso o prefeito de Brusque, Santa Catarina, André Vechi (@vechii), utilizar do exercício do mandato para transformar a Comunicação Pública (MATOS, 2012) em uma comunicação política partidária, marketing político e promoção pessoal. Por meio das bases conceituais de Verón (1998, 2014), Braga (2012), Fausto Neto (2010, 2018) e Rosa e Marcellino (2025) traça-se o caminho de como a administração pública municipal, a ação de administrar, é realizada em função de lógicas de midiatização para fazer circular, ou seja, em função da promoção pessoal, que é o objetivo, um fim, e não um meio.

Nesse caso, há uma transfiguração, tendo em vista que a administração pública, de um modo geral, tem sua comunicação amparada no direito do cidadão de ser informado, com base no princípio constitucional da Publicidade, e o interesse público se

[1] Trabalho apresentado ao VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFBA. Salvador, Bahia. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

sobressai sobre o interesse privado, quando deve ocorrer uma efetiva comunicação pública em que o cidadão participa e é ouvido (MATOS, 2012).

Na sociedade midiatizada, não só as instituições públicas mantêm perfis em suas redes sociais, mas os próprios políticos que administram essas instituições também o fazem, e com a midiatização do político (VERÓN, 1998), a base informacional dessas instituições, que deveriam ser públicas, são utilizadas para fins "privados", ou seja, o político se utiliza da privilégio da posição que detém e da informação pública para capitalizar para si. A hipótese que este trabalho apresenta é que esta ação é o grande objetivo, a estratégia a ser executada: usa-se da lógica midiática, com produção profissional para as gramáticas de produção e da atorização social (ROSA e MARCELINO, 2025) como estratégia para aumentar a amplitude da circulação (FAUSTO NETO, 2010), assim, muitas vezes, as ações da administração são executadas somente para esse fim.

Como uma sociedade em midiatização, o campo político também faz parte dela e conjuga com os movimentos da própria sociedade, incluindo os processos de transformação, principalmente quando falamos na manutenção do poder. Verón (2018) esclarece que a midiatização é um processo comunicacional histórico e social que as sociedades em geral insere ou que está intrínseca na vida cotidiana, o que gera múltiplas consequências, entre elas, uma transformação na atuação do campo político.

Ao estudar o processo eleitoral francês, Verón (1998) verificou como a midiatização do processo eleitoral com a confluência da televisão foi moldada pela lógica dos meios de comunicação. Os políticos preparavam as ações em função das especificidades da TV, com isso, deixaram de ser apenas oradores para se tornarem enunciadores midiáticos.

Nesse sentido, segundo o autor, houve uma mudança muito importante que nos ajuda a tensionar a midiatização do político na contemporaneidade, ou seja, fica claro o objetivo de midiatizar e não mais de fazer política. Verón (1998, p.230, tradução nossa)

destacou que “isto significa que na midiatização do político, é o político que perdeu terreno em relação aos meios: tentando alcançar o domínio dos meios a todo custo, os políticos perderam o domínio da sua própria esfera”.

O fazer político com base na construção de consenso, diálogo, construção coletiva de ideias, projetos e os tensionamentos naturais do fazer política transforma-se em estratégia e passa-se a utilizar das gramáticas produtivas e lógicas midiáticas como ação da própria administração, em detrimento da ação política.

Na contemporaneidade, novos mecanismos estão à disposição. “A política contemporânea está atravessada por processos de interação com as mídias de comunicação em massa e com as mídias internetizadas, gerando novas formas de discursos políticos e novos modos de fazer campanha eleitoral.” (SLIMOVICH, 2016, p.2).

A ampliação do acesso nos apresenta um outro aspecto: atores sociais que também são produtores. Nesse caso, quando tratamos de agentes políticos, há dois componentes para serem adicionados, dependendo do cargo e instituição: o uso de equipes profissionais, que muitas vezes seguem a lógica do alvo (*target*) (VERÓN, 1998), e o acesso a informações privilegiadas, que viram conteúdo e têm a função de circular na tentativa de ganho de imagem e convencimento público.

Nesse aspecto, temos a atorização social. Rosa e Marcellino destacam que ela é “(...) constituída por cidadãos comuns, mas também por personagens vinculados ao campo político e que buscam ocupar o espaço discursivo midiático para agenciar fluxos (...)” 2025, p.14).

Assim, o político, investido do poder pelo voto, potencializa essa atorização, já que faz parte de instituições, neste caso, uma prefeitura, que tem uma demanda comunicacional própria em que a comunidade se insere pelo interesse público. Esse fator amplia a possibilidade de comunicar para circular. Utilizando-se disso, o político acaba por canalizar o fluxo da informação e da comunicação pública, movendo-o para

as redes sociais pessoais e fazendo, na prática, uma comunicação política, saindo da institucionalidade e transferindo para a pessoalidade. E, por fim, ao estar inserido em uma organização que conta com profissionais de comunicação, ele acaba por se valer de duas lógicas: canaliza informações estratégicas e se utiliza de profissionais especializados para tal.

Com o objetivo de identificar convergências e divergências entre a comunicação institucional (prefeitura) e a comunicação pessoal (prefeito), foram observados os perfis oficiais do Instagram da Prefeitura de Brusque (@prefeituradebrusque) e do prefeito da cidade André Vechi (@vechii). A pesquisa analisou as postagens de ambos os perfis, verificando o que há de comunicação pública que foi utilizado no perfil do prefeito e não no perfil oficial.

Para tanto, foram coletadas todas as postagens dos *feeds* correspondentes ao período de 01/01/20025 a 30/06/2025, de ambos os perfis, com um total de 491 postagens da Prefeitura de Brusque e 162 postagens no perfil do prefeito. Da análise do perfil pessoal, 98 (60,5%) das publicações foram consideradas de interesse público e utilizadas exclusivamente no perfil pessoal do prefeito e outras 23 (14,2%), também de interesse público, presentes em ambos perfis. Apenas 41 (25,3%) das postagens se referiam a questões pessoais ou político-partidárias.

Outro aspecto para a presente hipótese, são as abordagens sociais[2] midiatizadas que são veiculadas por meio do perfil do prefeito. Ele acompanha as equipes técnicas para realizá-las, a exemplo da ocorrida no dia 01/03/2025, uma das primeiras postagens dessa ação, que acaba sendo focada na figura dele. O texto da postagem destaca: "(...) Trago todos os detalhes sobre as abordagens, que irão acontecer com frequência aqui na

[2] Serviço ofertado pelo Sistema Único de Assistência Social (SUAS), de forma continuada e programada, com a finalidade de busca ativa que identifique, nos territórios, a incidência de trabalho infantil, exploração sexual de crianças e adolescentes, situação de rua, dentre outras. - BRASIL. Conselho Nacional de Assistência Social. **Resolução nº 109, de 11 de novembro de 2009**. Tipificação Nacional de Serviços Socioassistenciais. Brasília, DF: MDS, 2009.

cidade, no vídeo acima. Confere aí e compartilha! (...) (VECHI, 2026).

Nesse contexto, ele extrapola uma atividade técnica de servidores da Saúde e da Assistência Social. Segundo a Lei Orgânica de Brusque, compete ao Prefeito a chefia da administração municipal, incluindo a nomeação de secretários, a sanção ou veto de leis e a gestão de serviços públicos. Ele é responsável por propor e executar o orçamento, arrecadar tributos e representar o Município em juízo ou fora dele, sempre prestando contas à Câmara e à sociedade (BRUSQUE, 1990). Ou seja, essa ação não faz parte da competência do chefe do executivo.

Evidencia-se, assim, uma ação exclusivamente para fins de midiatização e ampliação de circulação, já que, como citado na própria postagem, elas vão acontecer com frequência, chamando a população sempre para acompanhar as redes pessoais dele. Essa amplitude visa dar mais propulsão à mensagem. Fausto Neto (2018, p.30) destaca que a circulação não é apenas um caminho, mas "(...) o lugar de acoplamentos de dois conjuntos de relações – produção/reconhecimento – que são colocados em contato segundo manifestações de *feedbacks* complexos, como possibilidade de acesso às regras de materialização dos sentidos." Nessa miscelânea de produção e reconhecimento, o político busca ampliar a circulação de seus produtos comunicacionais, atingindo diversos atores na tentativa de empreender um sentido que agregue à sua imagem, mesmo compreendendo a não linearidade do reconhecimento. O jogo de produção segue um fluxo contínuo (BRAGA, 2012), sempre em função da necessidade do reconhecimento, continuamente em uma busca sob a perspectiva de que as gramáticas de produção se conjuguem com as gramáticas de reconhecimento, agregando à imagem. Dessa forma, a midiatização das abordagens sociais por parte do prefeito de Brusque objetivando ampliar a circulação, é uma constante, já que é um assunto que tem apelo popular e possibilita acionar diversos atores, assim, entre várias abordagens midiatizadas, uma delas ganhou destaque.

Em 20 de janeiro de 2026, uma situação peculiar colaborou para a propulsão da

circulação das ações midiatizadas do prefeito de Brusque, conforme matéria veiculada na CNN Brasil. “Durante uma operação de fiscalização e abordagem social (..), André Vechi (PL-SC), prefeito de Brusque (SC), flagrou um homem mantendo relações sexuais com uma pessoa em situação de rua. O caso foi divulgado no perfil do prefeito nas redes sociais” (SOUZA, 2026).

Esse fator evidencia como a estratégia de usar as abordagens sociais midiatizadas e ampliar a circulação acionou outros atores, incluindo a mídia tradicional. Isso deixa evidente que sempre haverá a tentativa, na lógica de produção, circulação e estratégias, de ampliar a circulação na busca de reconhecimento da imagem, especialmente na construção de uma imagem positiva, de convencimento.

Ao pensarmos a hipótese desse estudo, a midiatização refletindo na política, Verón (1998, p.3, tradução nossa) já assinalava: “Se o discurso político é um discurso no qual um dos eixos é a construção argumentativa de um projeto, trata-se, pois, de um discurso qualitativamente diferente do unidimensional, orientado a um alvo determinado (...).” Nesse sentido, a lógica da midiatização da política tem transformado o cidadão em eleitor e a ação de administrar em estratégia de midiatização para a circulação, numa configuração dos movimentos estratégicos (VERÓN, 1998) com a política fora do debate de ideias e voltada para uma gestão profissional de imagens e narrativas.

Referências

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JÚNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (orgs.). **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: COMPÓS, 2012. p. 31–52.

BRUSQUE. [Constituição (1990)]. **Lei Orgânica do Município de Brusque. Brusque**, SC: Câmara Municipal, 1990. Disponível em: [Link do site da Câmara ou Leis Municipais]. Acesso em: 5 maio 2026.

MATOS, Heloiza Helena Gomes de (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas.** São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP, 2012. 411 p.

NETO, Antônio F.. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 6, n.

2, p. 8-40, dez. 2018.
NETO, Antônio F. As bordas da circulação. **Alceu**. Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 55-69, 2010.
ROSA, Ana Paula da; MARCELLINO, Márcio Morirson Kaviski. Da dispersão das narrativas à chancela do sentido: tensionamentos entre atorização social e o jornalismo midiatizado no debate da anistia no Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 23., 2025, Ponta Grossa. **Anais** [...]. Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), 2025. p. 1-21.
SLIMOVICH, Ana. A midiatização contemporânea do político: os discursos presidenciais nas redes sociais e a reação do cidadão argentino. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 16 esp., p. 1-25, set. 2018. Disponível em: https://dx.doi.org/10.17648/eidea-16-2211. Acesso em: abril de 2016.
SOUZA, Beto. **Prefeito de SC flagra homem em relação sexual com mulher em situação de rua.** CNN Brasil, São Paulo, 23 jan. 2026. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/sul/sc/prefeito-de-sc-flagra-homem-em-relacao-sexual-com-mulher-em-situacao-de-rua/. Acesso em: 5 maio 2026.
VECHI, André [@vechii]. *"Oportunidade para quem quer e precisa!"* [Instagram]. 01 mar. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DGqJzZZxczU/. Acesso em: 05 mai. 2026.
VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014.
VERÓN, Eliseo. Mediatización de lo político. *In*: GAUTHIER, Gilles; GOSSELIN, André; MOUCHON, Jean (coord.). **Comunicación y política**. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 220-236.