



Mídia pública e redes sociais: a adaptação da linguagem jornalística no Instagram do Governo do Paraná¹

Halis Milca Rocha NOVAK²

Vanessa Luiza de WALLAU³

Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz - FAG

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar a adaptação da linguagem jornalística utilizada no perfil oficial do Governo do Paraná no Instagram, observando como temas complexos, especialmente nas áreas de política pública, economia e cultura, são traduzidos para um público leigo de forma leve, criativa e acessível. Considerando a crescente presença dos órgãos públicos nas redes sociais, busca-se compreender como o discurso jornalístico, tradicionalmente marcado pela objetividade e pela função informativa, se transforma diante das dinâmicas interativas e estéticas das plataformas digitais. A metodologia baseia-se na Análise do Discurso, com enfoque na observação de postagens publicadas entre outubro de 2024 e outubro de 2025, a fim de identificar os recursos linguísticos, visuais e narrativos que conferem sentido à comunicação pública no ambiente digital. A pesquisa busca refletir sobre a relação entre linguagem, identidade institucional e engajamento social, contribuindo para os debates acerca da hibridização entre jornalismo e comunicação governamental nas redes sociais.

Contextualização

Nos últimos anos, a presença de órgãos públicos nas redes sociais consolidou-se como uma importante estratégia de comunicação com a sociedade. Além de servirem como espaços de divulgação institucional, plataformas como o Instagram passaram a

¹ Resumo expandido apresentado no GT Pesquisa na Graduação, no VIII encontro regional Sul de Ensino de Jornalismo (Erejeor Sul).

² Acadêmica do curso de Jornalismo do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz. E-mail: hmrnovak@minha.fag.edu.br.

³ Professora Orientadora. Docente do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz. E-mail: vanessaluiza@fag.edu.br.



funcionar como ambientes de mediação simbólica, articulando valores, identidades e representações do poder público. Nesse contexto, o perfil oficial do Governo do Paraná se destaca pela diversificação entre informação jornalística e elementos culturais e lúdicos, buscando aproximar o conteúdo estatal de uma linguagem cotidiana.

O papel social do jornalismo, tradicionalmente associado à mediação entre fatos e cidadãos, adquire novas formas quando utilizado para informar no ambiente digital. Ao traduzir temas complexos, como políticas públicas, obras de infraestrutura ou dados econômicos para o formato breve e visual das redes sociais, as equipes de comunicação enfrentam o desafio de tornar o conteúdo compreensível e atrativo sem perder o caráter informativo. Essa mediação exige escolhas discursivas, narrativas e estéticas que refletem na identidade do governo e nas expectativas do público.

Problema de pesquisa

Diante dessa transformação, surge a seguinte questão: como o discurso jornalístico é construído e adaptado no Instagram do Governo do Paraná para aproximar-se do cidadão e reforçar a imagem institucional, sem perder o compromisso informativo?

Essa problematização busca compreender os limites e as possibilidades da comunicação pública quando inserida em um ambiente marcado pela informalidade, pela rapidez e pela estética visual das redes sociais.

Objetivos da pesquisa

Objetivo geral:

Compreender como o discurso jornalístico é pensado de forma personalizada e estratégica no Instagram do Governo do Paraná, analisando as escolhas de linguagem utilizadas para construir sentidos, aproximar-se do cidadão e reforçar a imagem institucional.



Objetivos específicos:

- Identificar os mecanismos discursivos que permitem simplificar temas complexos sem perder o viés informativo;
- Analisar de que forma o perfil constrói uma identidade comunicativa regionalizada, valorizando símbolos culturais do Paraná;
- Refletir sobre o papel do Estado enquanto narrador social, que comunica ações e produz sentidos sobre pertencimento e cidadania.

Metodologia

A pesquisa é de natureza qualitativa, de caráter exploratório e bibliográfico. A abordagem qualitativa permite compreender os sentidos e as intenções presentes nas postagens do Instagram do Governo do Paraná, considerando a linguagem, o contexto e os efeitos de sentido produzidos pelo discurso institucional.

O caráter exploratório se justifica pela busca em compreender como temas complexos são traduzidos para um público leigo dentro de uma plataforma marcada pela informalidade e pelo apelo visual. A pesquisa também é bibliográfica, pois se fundamenta em autores que discutem jornalismo digital, comunicação pública e análise do discurso, como Pavlik (2013), Orlandi (2009) e Scolari (2020).

A análise empírica concentra-se em postagens publicadas no Instagram oficial do Governo do Paraná no período de outubro de 2024 a outubro de 2025, observando a adaptação da linguagem jornalística em temas de relevância social e cultural.

A metodologia da Análise do Discurso, conforme proposta por Orlandi (2009), orienta a interpretação dos enunciados, buscando compreender como o discurso governamental é construído para se aproximar do público nas redes sociais.

A análise observa três dimensões principais:

- Linguagem verbal: simplificação de processos, metáforas, entonação vocal em *reels* e estratégias de aproximação com o público-alvo;



- Linguagem não verbal: uso de imagens, cores, ícones e vídeos curtos que reforçam o discurso;
- Identidade cultural e regional: elementos do imaginário paranaense (paisagens, sotaques, gírias e referências locais) incorporados à comunicação.

Fundamentação teórica

A relação entre jornalismo e redes sociais tem transformado os modos de produção e circulação da informação. Segundo Pavlik (2013), o jornalismo digital não altera apenas o formato das notícias, mas também reorganiza o papel do jornalista como mediador, incorporando interatividade, estética e emoção como componentes legítimos do discurso informativo. Para o autor, “a tecnologia digital não substitui o jornalismo, mas o desafia a se reinventar, exigindo novas formas narrativas, novos valores e novas relações com o público” (Pavlik, 2013, p. 22).

No campo da comunicação pública, Brandão (2009) e Matos (2012) defendem que o Estado, ao comunicar-se nas redes sociais, assume também uma função educativa e cidadã. Essa comunicação, entretanto, deve equilibrar acessibilidade e credibilidade, evitando o tom propagandístico e valorizando a clareza e a transparência das informações.

A Análise do Discurso oferece ferramentas para entender esse processo, pois compreende a linguagem como prática social e ideológica. Para Orlandi (2009, p. 43), “o dizer nunca é neutro”, e todo enunciado traz marcas do sujeito e do contexto em que é produzido. Assim, as postagens do Governo do Paraná podem ser vistas como enunciados institucionais atravessados por intenções políticas, mas que também buscam construir identificação e pertencimento com o público.

Além disso, a adaptação de linguagem ao Instagram exige a incorporação de elementos comunicativos típicos das redes, humor, regionalismo, gírias, emojis e design visual, aspectos que se encaixam no conceito que Scolari (2020) denomina de “ecossistema narrativo digital”, no qual cada plataforma impõe regras próprias de expressão e recepção.



Resultados parciais / Considerações finais

A comunicação governamental nas redes sociais constitui hoje um dos principais desafios para o campo da comunicação pública e do jornalismo. O caso do Governo do Paraná ilustra como a linguagem jornalística pode ser adaptada para ambientes digitais sem perder o compromisso informativo, desde que aliada a estratégias discursivas.

Os resultados parciais indicam que o perfil utiliza uma linguagem híbrida, entre o discurso jornalístico e o discurso publicitário, marcada por expressões coloquiais, humor e elementos culturais regionais. Essa abordagem cria sensação de pertencimento e proximidade, mas exige cuidado ético e discursivo para que a informação não se transforme apenas em entretenimento.

Assim, o estudo reforça a importância de pensar o jornalismo em diálogo com as novas formas de expressão digital, reconhecendo que, nas redes, a credibilidade não está mais vinculada apenas à objetividade, mas também à capacidade de criar vínculos simbólicos e culturais com o público.

Referências

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Comunicação pública**: o conceito e as práticas no Brasil. São Paulo: Atlas, 2009.

MATOS, Heloiza. **Comunicação pública, esfera pública e cidadania**. São Paulo: Paulus, 2012.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 10. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2009.

PAVLIK, John V. **Transformações no jornalismo na era digital**. Porto Alegre: Penso, 2013.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Ecossistemas narrativos**: uma teoria transmedia da comunicação. São Paulo: Paulus, 2020.