



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

MILENA SANTOS DO NASCIMENTO JORGE

**O USO DO INSTAGRAM PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA COMO
FERRAMENTA DE GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NO MUNICÍPIO DE
PALMAS-TO**

Palmas, TO

2025

MILENA SANTOS DO NASCIMENTO JORGE

**O USO DO INSTAGRAM PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA COMO
FERRAMENTA DE GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NO MUNICÍPIO DE
PALMAS-TO**

Monografia apresentada à Universidade Federal do Tocantins, Campus Universitário de Palmas, como requisito à obtenção do título de bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação da Professora Dra. Janaína Borges de Almeida.

Palmas, TO

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

S237u Jorge, Milena Santos do Nascimento.

O uso do Instagram pela Administração Pública como ferramenta de gerenciamento de impressões no município de Palmas-TO. / Milena Santos do Nascimento Jorge. – Palmas, TO, 2025.

59 f.

Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus
Universitário de Palmas - Curso de Ciências Contábeis, 2025.

Orientadora : Janaina Borges de Almeida

1. Introdução. 2. Revisão da Literatura. 3. Metodologia. 4. Resultados e Análises.
I. Título

CDD 657

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.
Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

MILENA SANTOS DO NASCIMENTO JORGE

**O USO DO INSTAGRAM PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA COMO
FERRAMENTA DE GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NO MUNICÍPIO DE
PALMAS-TO**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Tocantins, Campus Universitário de Palmas, como requisito à obtenção do título de bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação da Professora Dra. Janaína Borges de Almeida.

Data de aprovação: 04/12/2025.

Banca examinadora:

Prof.(a) Dra. Janaína Borges de Almeida. Orientador(a). UFT

Prof.(a) Dra. Ingrid Laís de Sena Costa. Examinador(a). UFT

Prof.(a) Msc. Jonatas Soares Araújo. Examinador(a). UFT

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho acadêmico e confirmo que não recorri à prática de plágio, nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Palmas, 27 de março de 2026.

Milena Santos do Nascimento Jorge
(assinatura)

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi identificar como a administração pública emprega o Instagram enquanto ferramenta de gerenciamento de impressões no município de Palmas-TO. Para isso, adotou abordagem qualitativa, na qual os posts foram avaliados sob a perspectiva da gestão de impressões, com análise documental e análise de conteúdo das postagens publicadas no período de junho e outubro de 2025, selecionadas conforme critérios de relevância temática, repercussão do público e associação com o contexto sociopolítico local, bem como os posts foram mensurados e organizados em tabelas. Inicialmente, na análise da pesquisa, foram demonstrados os episódios sociopolíticos de alta relevância, ocorridos durante o período fixado, que impactaram tanto a entidade quanto os seus governados. Após a análise, percebeu-se que a entidade aplicou estratégias assertivas e defensivas de gerenciamento de impressões em várias publicações. Dentre elas, identificou-se, principalmente, às estratégias de promoção organizacional, exemplificação, gabar e ocultação, utilizadas para fortalecer uma percepção de competência e atenuar as consequências negativas interligadas ao episódio de instabilidade do governo municipal. A adoção dessas táticas expôs uma tentativa de recuperar a credibilidade da instituição e readquirir sua legitimidade perante seus cidadãos, evidenciando que o Instagram atuou como uma ferramenta imprescindível para a reafirmação da continuidade da autoridade. Contudo, concluiu-se que a instituição possui transparência seletiva, direcionada predominantemente à publicidade de realizações da gestão e à neutralização de episódios prejudiciais a reputação da entidade, apontando que a utilização das mídias sociais pela administração pública visa criar e controlar uma impressão positiva de terceiros quanto a si, carecendo de confiabilidade para abordar temas possivelmente problemáticos e de interesse público com os cidadãos.

Palavras-chave: Gerenciamento de impressões. Instagram. Redes sociais. Setor público. Transparência.

ABSTRACT

The objective of this research was to identify how the public administration employs Instagram as an impression management tool in the municipality of Palmas-TO. To this end, a qualitative approach was adopted, in which posts were evaluated from the perspective of impression management, with document analysis and content analysis of posts published between June and October 2025. Posts were selected according to criteria of thematic relevance, public impact, and association with the local sociopolitical context. The posts were also measured and organized into tables. Initially, in the analysis of the research, the highly relevant sociopolitical events that occurred during the specified period, which impacted both the entity and its constituents, were demonstrated. After the analysis, it was observed that the entity applied assertive and defensive impression management strategies in several publications. Among these, the strategies of organizational promotion, exemplification, boasting, and concealment were identified, mainly used to strengthen a perception of competence and mitigate the negative consequences linked to the episode of instability in the municipal government. The adoption of these tactics exposed an attempt to recover the institution's credibility and regain its legitimacy before its citizens, demonstrating that Instagram acted as an indispensable tool for reaffirming the continuity of authority. However, it was concluded that the institution possesses selective transparency, predominantly directed towards publicizing management achievements and neutralizing episodes detrimental to the entity's reputation, indicating that the use of social media by the public administration aims to create and control a positive impression of itself by third parties, lacking reliability to address potentially problematic issues of public interest with citizens.

Keywords: Impression management. Instagram. Social networks. Public sector. Transparency.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Realizações da gestão de Palmas até junho/2025 - Imagem 1	24
Figura 2. Realizações da gestão de Palmas até junho/2025 - Imagem 2	24
Figura 3. Anúncio do pagamento antecipado do salário dos servidores	25
Figura 4. Revitalização da Arca de Taquaralto	27
Figura 5. Projeto municipal para moradia.....	28
Figura 6. Homenagem ao ex-governador José Wilson Siqueira Campos	30
Figura 7. Obra pública vandalizada	31
Figura 8. Descarte irregular.....	33
Figura 9. Convocação de 120 aprovados no concurso da educação	34
Figura 10. Reforma administrativa - Imagem 1	35
Figura 11. Reforma administrativa - Imagem 2	36
Figura 12. Progressões horizontais dos servidores da educação	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Quantitativo mensal de publicações entre junho e outubro de 2025 no perfil institucional da Prefeitura de Palmas no Instagram.....	21
Tabela 2. Quantidade de publicações por eixo temático	22

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
1.1 Problema	6
1.2 Objetivos	6
1.2.1 Objetivo Geral	6
1.2.1 Objetivos Específicos	6
1.3 Justificativa	6
1.4 Estrutura do trabalho	7
2. REVISÃO DA LITERATURA	7
2.1 Gerenciamento de Impressões	7
2.2 Teoria da Legitimidade	11
2.3 A influência do Instagram na percepção das pessoas	13
2.4 Estudos anteriores	15
3 METODOLOGIA	17
4 RESULTADOS E ANÁLISES	19
4.1 Contexto Sociopolítico de Palmas-TO	19
4.2 Análise do perfil institucional da Prefeitura de Palmas -TO	21
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	41
ANEXOS	49

1 INTRODUÇÃO

Embora o gerenciamento de impressões tenha surgido no âmbito da psicologia e sociologia com Erving Goffman, na década de 80 alguns pesquisadores organizacionais iniciaram estudos teóricos sobre a gestão de impressões, algo que desencadeou o desenvolvimento da mesma no contexto das entidades (Bolino; Long; Turnley, 2016).

O gerenciamento de impressão é o fenômeno criado por indivíduos ou empresas para moldar a percepção de terceiros, isto é, busca gerenciar e controlar informações, comportamentos e aparências, com a finalidade de criar uma imagem favorável de si. No contexto organizacional, a gestão de impressão é essencial para influenciar a maneira com que a entidade é vista pelos usuários da informação (Abdou, 2023). Tal teoria visa criar uma identidade desejada ou proteger a imagem atual, de modo que possa ser consciente e estratégico, na medida em que os atores tentam fomentar uma imagem em específico, ou inconsciente e habitual (Bolino; Long; Turnley, 2016).

As mídias sociais, com ênfase no Instagram, têm se tornado cada vez mais dominantes no âmbito organizacional, de modo a ser utilizado pelas entidades para expor a imagem desejada e manter uma comunicação consistente entre os usuários envolvidos, isto é, tal plataforma tornou-se uma ferramenta de gestão de impressões e prestação de contas, na qual possibilita maior transparência das suas ações para os cidadãos (Venezia; Feliana, 2021).

Além disso, tal plataforma permite que as instituições apresentem voluntariamente informações não obrigatórias sobre o seu desempenho, disseminando informações financeiras para o público de modo estratégico, a fim de influenciar positivamente os usuários almejados (Venezia; Feliana, 2021). Em continuidade, o Instagram aumenta a interação entre o governo e a população, pois, conforme os resultados do trabalho de Rocha Junior (2017), esse instrumento tem sido mais acessado do que os outros canais de transparência governamental.

Estudos anteriores como Mascarenhas (2024), Oliveira (2023) e Mancuso (2022) por exemplo, revelaram que existem pesquisas voltadas para a análise de perfis governamentais nas mídias sociais com a finalidade de aferir a comunicação governamental, analisar as realizações da entidade e verificar a divulgação de informações financeiras, diferentemente do presente trabalho, que visa identificar como a administração pública emprega o Instagram enquanto ferramenta de gerenciamento de impressões no município de Palmas-TO, o que justifica a importância deste estudo para a capital tocantinense.

No setor público, a legitimidade é a percepção de que as ações de uma instituição governamental são adequadas e estão em consonância com os valores e princípios da sociedade

em que estão inseridas. Desse modo, para assegurar tal percepção, as entidades estatais adotam estratégias de responsabilidade social, buscando gerenciar impressões positivas e manter um "contrato social" com os cidadãos (Sehn; Zanchet; Gomes, 2018).

A partir da teoria da legitimidade, nota-se que as entidades governamentais utilizam os meios de comunicação para justificar sua existência e demonstrar sua relevância à sociedade (Fitria, 2024). Com a promulgação da Lei de Responsabilidade Fiscal e da Lei de Acesso à Informação, a divulgação de informações se expandiu além das exigências legais, incorporando divulgações voluntárias que podem alterar a percepção pública (Araújo; Callado, 2020). Nesse contexto, as redes sociais surgem como um instrumento poderoso, permitindo que o governo dissemine informações de interesse público, demonstrando o alinhamento com os valores sociais e construa credibilidade junto à população. Assim, surgiu o problema desta pesquisa.

1.1 Problema

- De que forma a administração pública utiliza o Instagram como ferramenta de gerenciamento de impressões no município de Palmas-TO?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

- Identificar como a administração pública emprega o Instagram enquanto ferramenta de gerenciamento de impressões no município de Palmas-TO.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Aferir as principais informações divulgadas pela gestão municipal de Palmas-TO no Instagram, em relação ao contexto sociopolítico local; e
- Avaliar o uso do Instagram como ferramenta de gerenciamento de impressões para fortalecer a imagem e a credibilidade da administração pública municipal.

1.3 Justificativa

Embora haja estudos prévios sobre gerenciamento de impressões no contexto organizacional e pesquisas sobre comunicação governamental em plataformas digitais, há uma lacuna na compreensão de como a administração pública utiliza estrategicamente essa técnica em suas redes sociais para influenciar a percepção pública. Sob essa ótica, esta pesquisa se justifica pela necessidade de explorar o gerenciamento de impressões em um contexto pouco estudado: na esfera pública e nas mídias sociais, a fim de contribuir para o avanço do conhecimento sobre como as redes sociais podem ser usadas como ferramentas de gerenciamento de impressões no setor público. Por fim, este estudo visa contribuir identificando como postagens voltadas à transparência e à prestação de contas podem ser utilizadas não só para informar, mas também para reforçar a imagem e a confiabilidade da administração municipal.

1.4 Estrutura do trabalho

Logo, na sequência da introdução, foi apresentado o capítulo 2, denominado revisão da literatura, que versa sobre a conceituação do gerenciamento de impressões e da teoria da legitimidade, exibe a influência do Instagram na percepção das pessoas e alguns estudos anteriores sobre a temática. No capítulo 3, são abordados os procedimentos metodológicos adotados e a contextualização do sujeito da pesquisa, além da apresentação da rede social Instagram e seu uso pela gestão de Palmas-TO. Na sequência, o capítulo 4, exibi o objeto de estudo desta pesquisa, as publicações criadas pela Prefeitura de Palmas em seu perfil do Instagram, o engajamento dos usuários no perfil e as informações de interesse público presentes nas publicações. Por fim, o capítulo 5, trata sobre as considerações finais da pesquisa.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Gerenciamento de Impressões

O gerenciamento de impressão (GI) é o processo no qual uma pessoa exerce controle na impressão que outros indivíduos criam sobre ela, de modo que envolva gerenciar ou moldar a percepção de terceiros para enfatizar as qualidades positivas e legítimas de si mesmo (Dubrin, 2011). Os primeiros estudos científicos sobre o gerenciamento de impressões são frequentemente atribuídos ao sociólogo Erving Goffman, considerado o precursor da teoria

devido seu modelo dramaturgico de interação social, na qual utiliza de elementos teatrais para analisar comportamentos humanos, a fim de compreender o propósito das relações sociais (Faria; Souki; Ituassu, 2018).

Dessa forma, Goffman (1985) visualiza as pessoas como “atores” desempenhando “performances” em diversos cenários diante de diferentes públicos, de modo que os indivíduos, visando a validação externa, criem uma fachada e representem uma persona a um grupo específico de observadores na qual possuam uma relativa influência. Outrossim, apesar de não haver um consenso sobre a intencionalidade no GI, a maioria dos autores entende que tal processo deve ser deliberado, pois apenas a pretensão do emissor da mensagem permite a concretização da comunicação (Cadorin; Theiss, 2022).

Embora a gestão de impressões tenha tido origem no âmbito da psicologia social, nas últimas décadas essa teoria tem sido cada vez mais adaptada em outras áreas, principalmente no contexto das organizações, na qual a alta cúpula visa a aceitação de terceiros sobre a sua percepção de realidade, pois isso permite a legitimação da organização e a projeção de uma imagem e reputação favoráveis de si (Mohamed; Gardner; Paolillo, 1999).

Paralelamente, segundo Mendonça e Amantino-de Andrade (2003, apud Grove e Fisk, 1989), embora muitos utilizem tal teoria de forma desonesta, há aqueles que a usem como um artifício de exibição dos seus atributos, de modo que as performances possam ser sinceras, isto é, quando o ator acredita na sua interpretação, ou cínicas, quando o ator usa tal mecanismo apenas como uma maneira de alcançar determinado objetivo.

O gerenciamento de impressões é visto como um comportamento gerencial estratégico que se expressa através de táticas e estratégias que influenciam as relações entre as organizações e os *stakeholders* (Merkl-Davies; Koller, 2012; Martins, 2015). Nessa linha, as estratégias se subdividem em ocultação, que é quando a empresa utiliza a gestão de impressão para destacar os desempenhos positivos e encobrir os negativos, e a atribuição, na qual os resultados satisfatórios são associados à fatores internos ou a gestão (Almeida, 2019; Merkl-Davies; Brennan, 2007).

Mohamed, Gardner e Paolillo (1999) abordam as táticas de gerenciamento de impressão organizacional, de modo que se subdividem em indiretas, que são procedimentos para proteger a imagem de si mesmos gerenciando informações sobre as pessoas e coisas nas quais estão relacionados, e as diretas, que são técnicas para a apresentação de informações de habilidades e conquistas próprias.

Nesse sentido, segundo Damascena (2017), as táticas indiretas podem estar relacionadas a alterar a percepção da audiência quanto à própria conexão com outros ou modificar a

impressão do público quanto a terceiros ou objetos conectados ao ator. No caso da ligação com foco em si mesmo, as táticas indiretas são classificadas em: *boasting* (gabar), que abrange o comportamento de se gabar por possuir uma conexão positiva com um indivíduo ou objeto favorável; *burying* (ocultar), que trata-se ao ato de negar uma ligação com algo ou alguém que está mal avaliado; *blaring* (proclamar) que refere-se a ação de se impor contra um indivíduo ou objeto avaliado como negativo, a fim de deixar claro o seu posicionamento distinto; e *blurring* (ofuscar) que é associado à omitir uma ligação negativa com algo ou alguém bem visto na perspectiva do público.

Em continuidade, quanto às táticas indiretas voltadas para alterar a impressão da audiência sobre uma pessoa ou alguma coisa associada ao ator, são subdivididas em: *burnishing* (polir), que é o ato de destacar exageradamente as qualidades de algo ou alguém com quem o ator possui uma conexão positiva; *boosting* (impulsionar), abrange o comportamento de minimizar os aspectos negativos de um indivíduo ou objeto com quem a entidade tem uma ligação positiva; *blasting* (destruir) que é a ação de ressaltar, de forma exorbitante, as características negativas de uma pessoa ou elemento que tem uma conexão desfavorável ou de rivalidade com o ator; e *belittling* (minimizar) que visa reduzir as qualidades positivas de algo ou alguém que a entidade possui uma ligação negativa (Damascena, 2017).

Paralelamente, Tedeschi e Norman (1985), apud Mohamed, Gardner e Paolillo (1999), dividiram as táticas diretas em assertivas, que são comportamentos para enfatizar os aspectos positivos, como criar uma imagem valorizada pelos usuários das informações, por exemplo, e em defensivas, que são as ações reativas dos atores perante situações de ameaças, geralmente, usadas pelos atores para reparar ou reduzir danos à sua reputação (Almeida, 2019; Yang e Liu, 2017).

Adicionalmente, quanto às táticas assertivas, Bolino et al (2008) apresentou cinco categorias de estratégias que podem ser adotadas pelos atores sociais, baseadas na taxonomia de classes de estratégias de autoapresentação de Jones e Pittman (1982), são elas: insinuação, intimidação, promoção organizacional, exemplificação, e suplicação, de modo que cada uma reflete comportamentos específicos para a criação da imagem desejada. Além disso, os autores Jones e Pittman (1982) enfatizam que tais estratégias não são mutuamente exclusivas entre si, isto é, podem ser combinadas e aplicadas em conjunto para que o ator alcance várias impressões positivas do público.

Dessa maneira, a insinuação envolve comportamentos estratégicos que visam elevar a atratividade de uma organização para o público desejado, de forma a transmitir algumas características, como simpatia e confiabilidade, por exemplo (Windscheid et al, 2016; Jones;

Pittman, 1982). Em contrapartida, a promoção organizacional é quando o ator visa obter a percepção de competência ou de capacidade, a fim de enfatizar a excelência da organização (Almeida, 2019; Jones; Pittman, 1982).

A exemplificação significa fazer melhor ou mais do que o necessário para adquirir a imagem de integridade e moralidade perante os observadores, por outro lado, a intimidação envolve comportamentos ameaçadores para infligir uma impressão de poder ou perigo, fazendo com que as pessoas evitem qualquer atitude ou comportamento que possa lesar o ator. Por fim, a suplicação refere-se a ações que retratam o ator como fraco ou dependente para receber ajuda (Bolino et al, 2008).

Ademais, as táticas defensivas no GI organizacional são subdivididas nas seguintes técnicas: explicação, retratação, *handicapping* organizacional, desculpas, restituição e comportamento pró-social (Mendonça; Amantino-de-Andrade, 2003; Mohamed; Gardner; Paolillo, 1999).

Nessa linha, a explicação consiste em oferecer negações ou defesas de inocência, para preservar a reputação da organização, a fim de minimizar a rigurosidade de uma determinada situação. Por outro lado, a retratação envolve prover informações antes que ações potencialmente embaraçosas se concretizem, a fim de atenuar as repercussões negativas à imagem da entidade (Windscheid et al., 2016). Já o *handicapping* organizacional, trata-se de demonstrar possíveis adversidades ou impedimentos que possam prejudicar o desempenho da empresa, de modo que: se a mesma atingir seu objetivo fortalecerá sua imagem no mercado, e se fracassar, será impactada de forma reduzida, devido ao nível de dificuldade para alcançar o propósito almejado (Damascena, 2017).

Em continuidade, as desculpas, geralmente, são utilizadas em último caso, e referem-se a admissões de culpa e responsabilidade por um acontecimento indesejado, de maneira a auxiliar a organização a adquirir o perdão dos indivíduos prejudicados, através de expressões de remorso. Paralelamente, a restituição é quando a entidade promove compensações para o público lesado pelas suas atividades, visando transparecer benevolência e salientar que o dano não foi causado de forma intencional (Windscheid et al., 2016). Por último, o comportamento pró-social abrange ações sociais que a organização fomenta, com a finalidade de reconciliar uma transgressão e persuadir a audiência de que a instituição merece uma identidade positiva (Mendonça; Amantino-de-Andrade, 2003).

Logo, no contexto organizacional, tal teoria busca a construção de uma reputação confiável da entidade, a fim de aprimorar sua imagem em relação ao mercado, influenciando no processo de tomada de decisão das partes interessadas, com ênfase nos *stakeholders* (Spear;

Roper, 2013). Na próxima seção, são apresentados conceitos acerca da influência do Instagram na gestão de impressão dos indivíduos.

2.2 Teoria da Legitimidade

Suchman (1995) discorre que a legitimidade é a percepção generalizada de que determinadas ações de uma entidade são apropriadas dentro de um contexto social constituído por princípios e valores específicos. Nesse sentido, a teoria da legitimidade busca compreender a perspectiva comportamental das organizações ao adotar e desenvolver estratégias de responsabilidade social, a fim de propagar uma imagem positiva aos usuários em geral, incluindo os *stakeholders* e consumidores (Sehn; Zanchet; Gomes, 2018).

Dessa forma, segundo Dias Filho (2012) a teoria da legitimidade surge a partir da teoria de contratos, que estabelece a existência de uma premissa de um contrato social entre as entidades e as sociedades, na qual as organizações operam conforme as expectativas do ambiente em que estão inseridas para serem consideradas como legítimas. Paralelamente, caso as atividades da organização não se alinhem aos princípios morais do ambiente em questão, elas são rigorosamente sancionadas pela sociedade, na qual pode até resultar na falência das mesmas (Burlea; Popa, 2013).

Nessa linha, Beuren e Söthe (2009) evidenciam que se uma entidade não puder justificar sua existência e continuidade para a sociedade, lentamente os seus membros irão revogar o contrato social. Logo, a organização precisa apresentar frequentemente à sociedade a sua relevância para legitimar suas ações (Beuren; Söthe, 2009).

Em consonância, é perceptível que as entidades precisam se atentar quanto às expectativas da sociedade, pois compreendem que a sua sobrevivência depende de demonstrar para o corpo social a vivência de seus princípios e valores sociais no cotidiano (Sehn; Zanchet; Gomes, 2018).

Desse modo, com o intuito de exemplificação, a pesquisa de Oliveira (2019) aborda como a Universidade Federal do Acre (UFA) visou fortalecer a sua legitimidade organizacional por meio do uso de estratégias de gerenciamento de impressões para criar uma imagem positiva de si para seus diversos públicos, com a finalidade de obter uma posição benéfica na sociedade e influenciar na percepção de sua audiência.

Adicionalmente, tal teoria é um instrumento que auxilia as organizações a implementarem e desenvolverem as divulgações voluntárias, a fim de que obtenham a aceitação de terceiros, pois as entidades, enquanto elementos do corpo social, precisam de mais do que

recursos informacionais e técnicos do ambiente na qual estão inclusas, elas também necessitam de credibilidade (Burlea; Popa, 2013; Rossoni, 2016).

Além disso, a teoria da legitimidade passa a ser aplicada na área contábil com estudos que visam compreender as razões pelas quais determinadas entidades, sejam elas públicas ou privadas, utilizam certos métodos de evidenciação em seus relatórios (Dias Filho, 2012).

Beuren e Söthe (2009) enfatizam que com o aumento da propagação de informações de natureza contábil e social no setor público, o cidadão se torna consciente das ações realizadas pela máquina pública, possibilitando a viabilização de acesso aos serviços públicos ofertados pela entidade.

Em continuidade, é imperioso notar que as divulgações podem ser compulsórias ou voluntárias. No setor público, as compulsórias são aquelas em que as informações são legalmente requeridas pela lei, enquanto as voluntárias envolvem a oferta arbitrária de informações adicionais. Além disso, destaca-se que as medidas de divulgação voluntária têm capacidade para influenciar ou alterar a perspectiva da sociedade em relação às entidades (Avelino; Colauto; Angotti, 2014).

Dessa forma, à priori, a divulgação de informações no setor público restringia-se ao cumprimento de normas legais e fiscais (Avelino; Colauto; Angotti, 2014). Entretanto, com a publicação da Lei de Responsabilidade Fiscal – LRF 1 (Lei Complementar nº 101/2000), a Lei de Transparência (Lei Complementar nº 131/2009) e a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011), os entes governamentais aumentaram o leque de informações submetidas à transparência, abordando temas como desempenho, pessoal, controles internos, responsabilização pública, dentre outros (Araújo; Callado, 2020).

Nesse sentido, Fitria (2024) disserta que a divulgação voluntária de informações de interesse público permite maior transparência das ações estatais quanto a alocação de recursos e a administração de orçamentos. Essa transparência permite melhorar a confiança e a credibilidade da sociedade na instituição, de modo que o governo possa usar as tecnologias digitais para propagação de programas ou medidas públicas, a fim de incentivar a participação e colaboração dos cidadãos (Fitria, 2024).

Paralelamente, o autor também destaca que as mídias sociais estimulam mais interesse de leitura e engajamento dos indivíduos, além de possuir fácil acesso e ser mais ágil na disseminação de informações que outras plataformas, permitindo que os entes governamentais e seus respectivos gestores utilizam das mesmas como um instrumento para divulgação de informações, implementação de serviços e medidas públicas, dentre outras.

Nessa linha, à fim de exemplificar o parágrafo anterior, é imperioso notar que De Lara, Passos e Teixeira (2024) exploraram a influência do gerenciamento de impressões em mídias sociais nas variações das ações da Petrobras, de modo a analisarem como os meios de comunicação podem moldar a percepção dos investidores e demais usuários externos e, como a referida entidade utilizou das estratégias de gestão de impressões para legitimar suas ações perante à sociedade.

Assim, evidencia-se que as redes sociais podem ser utilizadas como mecanismos de legitimidade pelas entidades, com a finalidade de demonstrar aos cidadãos que os entes governamentais estão comprometidos com os valores e princípios da sociedade na qual estão inseridas e exibir confiança e credibilidade perante a população.

2.3 A influência do Instagram na percepção das pessoas

O Instagram foi criado em 2010 por Kevyn Systrom e Michel Krieger, com a proposta de que os participantes compartilhassem suas fotos e vídeos de suas “histórias” em tempo real pelos aparelhos celulares (Mascarenhas, 2024). Entretanto, está se tornando uma poderosa ferramenta na comunicação e disseminação de informações, na qual contém perfis que representam indivíduos e entidades públicas e privadas, visando estimular a comunicação interpessoal e comercial (Oliveira, 2023; Lima Jr, 2020).

O Instagram é uma rede social que tem um campo de interação pautado na função “seguir”, na qual o seu design dá ênfase no compartilhamento de imagem e vídeos ao invés de textos e outros componentes que constituem as postagens. Em contrapartida, o Facebook por exemplo, visa integrar os usuários para se relacionarem por meio de um sistema de amizade, condicionadas a no máximo 5 mil perfis por usuário, enquanto o Instagram consente uma quantidade indefinida de seguidores (Lima Jr, 2020).

Posteriormente, o Instagram adicionou várias ferramentas na plataforma, como por exemplo os *stories*, que permitem a publicação temporária de fotos ou vídeos curtos que permanecem no perfil do indivíduo por apenas 24 horas, e o *reels*, que são a exibição de vídeos na orientação vertical, de modo a adaptá-los para os celulares, a fim de que os usuários não precisem configurá-los para visualizar a postagem (Mascarenhas, 2024).

Paralelamente, as mídias sociais, e principalmente o Instagram, desempenham um papel importante na criação e preservação de relacionamentos, trazendo mudanças significativas na forma com que os indivíduos interagem uns com os outros. Nessa linha, a disseminação

desenfreada do Instagram motivou estudos e investigações sobre a gestão de impressão nas redes sociais, pois os usuários tendem a se preocupar em como o público reage às suas postagens, visando gerenciar a impressão dos seguidores sobre a sua imagem e comportamento (Al-Shatti, 2022).

Dessa maneira, Brandão (2009) discorre que a comunicação governamental é um meio legítimo utilizado pelo Estado para prestar contas e promover informações dos projetos e atividades executados por ele. Por outro lado, o autor observou que até recentemente tal comunicação possuía um caráter predominantemente publicitário, ou seja, as publicações nas mídias sociais eram voltadas exclusivamente para divulgação de ações, contudo, devido a disseminação das tecnologias de informação, o Estado passou a usar as redes sociais para interagir com a sociedade, visando a promoção de informações públicas e o controle social.

Em continuidade, conforme a economia global e as redes de informação se tornam mais conectadas com o passar do tempo, mais o público reconhece as realizações do governo (Fan; Liang; Zheng, 2022). Nesse contexto, os governos utilizam o gerenciamento de impressão nas mídias sociais, com destaque no Instagram, para apresentar a imagem desejada para os cidadãos e para atingir os seus objetivos políticos, de modo a utilizarem desse artifício nas redes sociais para exibirem a melhor versão de si mesmos e se autopromoverem (Jung et al, 2017; Mancuso, 2022).

Nesse contexto, a gestão de impressão governamental pode ser subdividida em dois aspectos: autopromoção, que envolve utilizar comportamentos estratégicos para obter uma perspectiva positiva de terceiros, ou proteção de imagem, que se refere a usar artifícios para debilitar suas fraquezas ou evitar uma percepção negativa do público. Além disso, por meio das referidas estratégias, os governos podem transmitir à população informações sobre os gastos dos recursos públicos, reforçando a confiabilidade e promovendo a transparência entre os administrados e os gestores (Fan; Liang; Zheng, 2022).

Adicionalmente, Holzer e Manoharan (2016) divulgaram um relatório sobre a governança eletrônica em diversos municípios ao redor do mundo, no qual fixaram cinco classes de avaliação dos governos locais (privacidade e segurança, usabilidade, conteúdo, serviços e engajamento social dos cidadãos), e concluíram que o engajamento dos cidadãos adquiriu a menor pontuação dentre as categorias estabelecidas.

O engajamento, no setor público, envolve a participação ativa do cidadão no âmbito civil e político, a fim de aperfeiçoar as condições e a qualidade de vida da população ou moldar o futuro da comunidade (Perea, Bonsón; Bednárová, 2021). Conforme Mergel (2013), para alcançar um maior envolvimento das pessoas há um procedimento a ser seguido, o qual envolve

as seguintes fases: a representação, que é quando o município divulga informações para elevar a transparência, o engajamento, que busca aumentar o diálogo entre os administrados e os gestores, e o *networking*, que é a criação de redes de comunicação contínua do governo com os cidadãos.

Dessa forma, muitos autores têm apontado que o uso apropriado do Instagram pelos governos, reforça a fomentação de engajamento das massas nas ações governamentais, de forma a estimular a discussão e coordenação das atividades, permitindo uma maior participação dos cidadãos na tomada de decisão na esfera pública (Perea, Bonsón; Bednárová, 2021).

Portanto, nota-se que o Instagram é um instrumento de controle social e transparência para os cidadãos, o qual permite que a Administração Pública gerencie a percepção da população quanto às suas realizações, criando uma identidade ou comportamento atraente na perspectiva dos usuários.

2.4 Estudos anteriores

Para complementar o embasamento teórico, é possível destacar alguns estudos anteriores que discorrem sobre o gerenciamento de impressão governamental no Instagram e de que forma esta rede social pode ser utilizada como instrumento de prestação de contas e transparência para os cidadãos.

Primeiramente, destaca-se que a literatura tem abordado o gerenciamento de impressões no setor público, reconhecendo as redes sociais e, principalmente, o Instagram como uma ferramenta para tal finalidade. Nesse contexto, Fan, Liang e Zheng (2022) evidenciam que os entes governamentais utilizam o Instagram e outras redes sociais para expor a percepção desejada aos cidadãos e atingir os objetivos políticos almejados, aplicando estratégias provenientes da gestão de impressão (autopromoção ou proteção de imagem) para aumentar a credibilidade e a autoridade do governo, visando elevar a confiança e transparência na divulgação de gastos públicos junto aos cidadãos.

Mancuso (2022), em sua tese sobre gerenciamento de impressão e divulgação de informações financeiras em mídias sociais por entes públicos brasileiros, promove uma base conceitual imprescindível para compreender tal temática. A autora investigou a relação entre as divulgações em mídias sociais de informações associadas às finanças públicas por entes públicos brasileiros e o desempenho financeiro obtido, considerando estratégias de gerenciamento de impressão com motivação política. Nesse sentido, sua pesquisa revelou que os governos, em situações vantajosas na administração dos recursos públicos, usam as

informações públicas para gestão de impressões dos cidadãos no Twitter devido seus interesses de reeleição, visto que tal divulgação não é obrigatória. Paralelamente, seus resultados reforçam a importância da comunicação governamental como instrumento de prestação de contas e transparência dos gastos públicos (Mancuso, 2022).

No cenário nacional, as pesquisas têm se dedicado a explorar a comunicação de administrações públicas no Instagram. Comel e Moura (2023), por exemplo, investigaram o perfil da prefeitura de Florianópolis, constatando uma predominância de postagens informativas e uma menor incidência de autorrepresentação favorável, isto é, uma tentativa de criar uma imagem ou impressão positiva de si mesma para os usuários, além de pouca conexão com agentes políticos e baixa participação pública e transparência nas publicações.

Em continuidade, os resultados exibiram que o perfil da prefeitura de Florianópolis apresentou apenas duas publicações relacionadas à agentes políticos, demonstrando que tal rede social não está centrada nas realizações do gestor, mas sim do município. Além disso, tal pesquisa evidenciou que a entidade apresentou poucos posts relacionados à participação pública e transparência (Comel; Moura, 2023).

Adicionalmente, Mascarenhas (2024) analisou o perfil da Prefeitura de Palmas no Instagram, de modo a destacar que apesar de a entidade disseminar informações com temáticas de interesse público, o nível de interação dos cidadãos foi baixo no período analisado. Nessa linha, embora seus estudos sejam importantes, não aprofundam como as estratégias e táticas de gerenciamento de impressões são empregadas pela gestão pública para transmitir transparência e confiabilidade para a população.

Logo, espera-se que esta pesquisa afira as principais informações divulgadas pela gestão municipal no Instagram e identifique como a administração pública de Palmas aplica o gerenciamento de impressões em seu perfil para fortalecer a confiabilidade e a imagem da entidade perante à população, analisando como as postagens associadas à mecanismos de transparência e prestação de contas podem promover a participação ativa dos cidadãos na tomada de decisões governamentais.

3 METODOLOGIA

Para Gerhardt e Souza (2009), a pesquisa científica é o processo racional de adquirir respostas às problemáticas estabelecidas, seja por motivos intelectuais ou por motivos práticos, de modo que o pesquisador tenha conhecimento acerca da matéria a ser analisada. Paralelamente, os autores afirmam que a metodologia é uma ferramenta a ser utilizada para realizar a pesquisa científica, ou seja, é o caminho a ser percorrido para atingir os objetivos propostos pela pesquisa.

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva, pois visa observar, analisar e ordenar os dados, sem que haja interferência do pesquisador (Mascarenhas, 2024).

Quanto à abordagem do problema, classifica-se como qualitativa. Oliveira (2011) afirma que a pesquisa qualitativa visa compreender a percepção e as relações associadas ao objeto de estudo; e a quantitativa visa a mensuração os dados de forma estruturada; e a qualitativa-quantitativa que é o emprego das duas tipologias de maneira conjunta. Logo, inicialmente, os conteúdos criados pelo perfil institucional são mensurados e organizados em tabelas e, na sequência, as publicações selecionadas são avaliadas sob a perspectiva da gestão de impressões, de modo a analisar as principais informações divulgadas pela gestão municipal no Instagram, em relação ao contexto sociopolítico local, e avaliar as estratégias e táticas de gerenciamento de impressões utilizadas nestas publicações.

Adicionalmente, em relação aos procedimentos técnicos para coletar os dados, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, pois combina o uso de estudos anteriores similares e materiais que não receberam um tratamento analítico (Prodanov; Freitas, 2013), no caso a análise do perfil do município de Palmas-TO no Instagram sob a perspectiva do gerenciamento de impressões.

Nesse sentido, o presente trabalho adota como método de investigação o hipotético-dedutivo, já que a pesquisa categoriza as postagens publicadas no perfil oficial da prefeitura de Palmas no Instagram (usuário: @cidadepalmas), em um recorte de tempo de cinco meses — entre o junho a outubro de 2025 —, conforme a relevância temática, a repercussão e a ligação com os acontecimentos sociopolíticos durante o período, a fim de aferir as principais informações divulgadas pela gestão de Palmas-TO no Instagram, em relação ao contexto sociopolítico local, e avaliar o uso do Instagram como ferramenta de gerenciamento de impressões para fortalecer a imagem e a credibilidade da administração pública do município.

Nessa linha, cabe enfatizar que o período de análise da pesquisa foi delimitado conforme a época dos acontecimentos sociopolíticos de maior reverberação na estrutura administrativa e nos cidadãos palmenses no ano de 2025.

Paralelamente, em relação às técnicas de análise de dados, emprega-se a análise de conteúdo, pois é um método que visa extrair informações da mensagem avaliada, buscando identificar os significados implícitos na mesma (Oliveira, 2011). Nesse contexto, a presente pesquisa identificou quais estratégias de gestão de impressões, percorridas na revisão da literatura, estão presentes nas publicações do perfil institucional, e analisou de que maneira tais estratégias se conectam com os eventos sociopolíticos ocorridos nesse período.

Adicionalmente, cabe enfatizar que, em algumas publicações, o perfil institucional apresenta um número considerável de imagens no mesmo post. Logo, à fim de sintetizar a pesquisa, nestas situações, foi exibido apenas as duas primeiras fotos e o restante constam nos anexos do presente trabalho.

Além disso, o objeto da pesquisa é um estudo de caso do município de Palmas-TO, que, segundo o referido autor, é um procedimento que confere uma análise detalhada de um determinado evento inserido em um contexto específico da vida real.

Desse modo, a cidade de Palmas-TO está situada no estado do Tocantins e localizada em uma extensão de terra posicionada entre a margem direita do Rio Tocantins e a Serra do Lajeado, que abrange os distritos de Taquaruçu e Buritirana (Teixeira, 2009). De acordo com o censo demográfico de 2022, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, a cidade possui uma população de 302.692 habitantes e um território de aproximadamente 2.227,329 km².

Sob essa ótica, é relevante enfatizar que a cidade foi criada e planejada para ser a capital do estado tocaninense, na qual se tornou um relevante fluxo de capital financeiro e inovações tecnológicas ao criar conexões entre as regiões, norte, nordeste e centro-oeste, influenciando a economia regional e a percepção de novos investidores estrangeiros no território nacional (Carvalhêdo, 2011).

Logo, considerando a relevância econômica da capital para o estado do Tocantins e regiões próximas, percebe-se o potencial do município como estudo de caso deste trabalho. Assim, para compreender de que forma a administração pública municipal utiliza o Instagram como ferramenta de gerenciamento de impressões, realizou-se uma análise de postagens do perfil oficial da cidade em um determinado recorte de tempo.

4 RESULTADOS E ANÁLISES

4.1 Contexto Sociopolítico de Palmas-TO

No ano eleitoral de 2024, o município de Palmas vivenciou uma mudança de gestão. Após o término do mandato da prefeita Cinthia Ribeiro, empossada como gestora da administração municipal desde 2018, as eleições destacaram a ascensão e o retorno de Eduardo Siqueira Campos ao cargo de prefeito da capital (O Jornal, 2025).

Por outro lado, a sua vitória não pode ser vista apenas como um evento político da atualidade, mas como um fenômeno simbólico para os tocantinenses, visto o legado político e cultural construído durante décadas por seu pai, José Wilson Siqueira Campos, considerado o fundador do estado do Tocantins e de sua capital, conforme abordado por Holanda (2023). Portanto, percebe-se que tal mudança significou não só uma modificação de liderança no poder executivo municipal, mas também o retorno de um sobrenome historicamente associado ao desenvolvimento tocantinense (Holanda, 2023).

Entretanto, o mandato do atual prefeito tem sido marcado por episódios que ganharam repercussão. Em 27 de junho de 2025 o prefeito Eduardo Siqueira Campos foi preso e afastado do cargo pela Polícia Federal (PF) na operação Sinamnes, que visava investigar uma organização criminoso que realizava vazamento de informações sigilosas do Supremo Tribunal de Justiça - STJ (Portal de notícias G1 Tocantins, 2025).

Paralelamente, durante esse período, o vice-prefeito de Palmas, Pastor Carlos Velozo, assumiu interinamente a gestão municipal. Entretanto, em 17 de julho de 2025, o ministro Zanin do Supremo Tribunal Federal - STF revogou a prisão domiciliar de Eduardo e permitiu o seu retorno ao cargo de chefe do Poder Executivo municipal de Palmas-TO (Portal de notícias G1 Tocantins, 2025).

Outrossim, entre agosto e setembro, houve denúncias de que os vereadores da Câmara Municipal de Palmas estão destinando a verba da Comissão de Divulgação da Atividade Parlamentar (CODAP) para a criação de sites fictícios, à fim de emitir notas fiscais de publicidade de fachada para embolso indevido de recursos públicos (Portal AF notícias, 2025; Agência Tocantins, 2025).

Em continuidade, de acordo com relatos de membros internos da Câmara, o esquema, semelhante a “rachadinha”, era realizado da seguinte forma: os assessores e as pessoas de confiança dos vereadores registravam sítios online como meios de comunicação e ratificavam

contratos de publicidades com os recursos financeiros da CODAP, de modo que os contratados recebam o valor fixado e repassavam a maior parcela aos parlamentares envolvidos, ficando com apenas uma fração do valor como pagamento pela facilitação do esquema (Portal AF notícias, 2025; Agência Tocantins, 2025).

Outro assunto que rendeu repercussão para a administração do então prefeito foi o concurso da educação. O concurso foi realizado em 2024 e uma parcela dos candidatos aguarda a posse. A Prefeitura de Palmas confirmou, em 23 de setembro, a previsão de convocação de 124 aprovados a fim de preencher a vacância de vagas devido os candidatos que não tomaram posse. Nessa linha, o calendário estabelecido prevê que essas nomeações sejam finalizadas até o fim do segundo semestre de 2025, mas, até o presente momento, o processo de nomeação dos candidatos ainda não foi iniciado (Agência Tocantins, 2025).

Em consonância, a administração pública também confirmou a contratação de professores substitutos (Agência Tocantins, 2025). Nesse sentido, no dia 08 de outubro de 2025, conforme o Diário Oficial de Palmas n.º 3.812, 226 pessoas foram contratadas em caráter temporário para o cargo de professor substituto na Secretaria Municipal de Educação, apesar de haver 1.035 candidatos no cadastro reserva para cargos de professores no referido concurso.

Posteriormente, em 15 de outubro, a fim de realizar corte de gastos, a Prefeitura de Palmas manifestou uma reforma administrativa que consiste na extinção de 12 secretarias, fundações e agências, a diminuição de cargos em comissão e a redução de gratificações designadas aos agentes com cargos de confiança. Desse modo, dentre as gratificações, a gestão municipal diminuiu 20% do vencimento dos cargos em comissão DAS-1 e DAS-5 e eliminou o auxílio-transporte de todos os gestores dos órgãos e entidades municipais (Portal de notícias G1 Tocantins, 2025).

Paralelamente, no dia 4 de outubro, o Sindicato dos Trabalhadores em Educação no Estado do Tocantins – SINTET promoveu uma reunião com os servidores da rede educacional de Palmas para articular meios de reivindicação referentes ao pagamento do piso salarial do magistério e das datas-bases dos anos de 2024 e 2025, ambas atrasadas (SINTET, 2025). Já no dia 15, Dia do Professor, os profissionais da educação, junto ao SINTET, realizaram uma mobilização na capital tocantinense, visando, no âmbito do estado, a aprovação do Plano de Cargos, Carreiras e Remuneração – PCCR da educação na Assembleia Legislativa, e no ramo municipal, o atendimento das demandas mencionadas anteriormente (SINTET, 2025).

Portanto, nota-se que o cenário sociopolítico de Palmas no ano de 2025 foi marcado por instabilidades políticas, reorganizações das estruturas administrativas e eventos que reverberaram extensivamente no setor público. Dessa forma, a mudança de gestores, as

investigações relacionadas ao prefeito e as ações para redução de gastos implementadas pela gestão municipal provocaram a necessidade de reconstrução da credibilidade institucional. Assim, diante deste cenário, o Instagram se tornou uma ferramenta estratégica para a administração municipal, com a finalidade de propagar informações favoráveis, fortalecer a transparência e gerar uma imagem positiva perante a população, contribuindo para a legitimação da gestão pública.

4.2 Análise do perfil institucional da Prefeitura de Palmas -TO

O perfil institucional da Prefeitura de Palmas no Instagram tem o usuário @cidadedepalmas e, até outubro de 2025, apresentava 145 mil seguidores e 4.794 publicações de conteúdo. Além disso, o perfil foi criado em fevereiro de 2013 e seus posts são desenvolvidos pelos servidores e estagiários da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Palmas (Mascarenhas, 2024).

Nessa linha, nota-se que houve 308 publicações no perfil institucional da prefeitura de Palmas entre junho e outubro de 2025. Na tabela 1, são apresentados os dados referentes ao quantitativo de publicações mensais no perfil da Prefeitura no período supracitado.

Tabela 1. Quantitativo mensal de publicações entre junho e outubro de 2025 no perfil institucional da Prefeitura de Palmas no Instagram

Quantitativo de publicações do perfil entre junho e setembro de 2025	
Junho	58
Julho	46
Agosto	56
Setembro	67
Outubro	81

Fonte: Autoria própria (2025).

Conforme a Tabela 1, o mês de outubro se destacou pelo quantitativo elevado de publicações em relação aos meses anteriores. Tal volume pode estar ligado à potencialização das estratégias de gerenciamento de impressões e a necessidade de utilizar o Instagram como

ferramenta de reconstrução da imagem e credibilidade da gestão municipal após um cenário sociopolítico conturbado.

Os meses de setembro e junho apresentaram uma maior quantidade de posts, que podem ter sido influenciados pelo Festival Gastronômico de Taquaruçu entre os dias 04 e 07/09 e pela mudança de autoridade política entre junho e julho de 2025. Em contrapartida, o mês de julho obteve o menor número de publicações, o que se justifica pelo período de recesso interno em alguns órgãos públicos municipais, que diminui o fluxo de atendimentos e demandas.

Adicionalmente, de acordo com a tabela 2, as publicações apresentadas pelo perfil da prefeitura de Palmas possuem os seguintes eixos temáticos:

Tabela 2. Quantidade de publicações por eixo temático

Número de publicações por eixo temático	
Comunicação, Cultura, Lazer e Turismo	117
Infraestrutura e Urbanismo	44
Animais e Meio Ambiente	43
Educação	22
Saúde	21
Gestão e administração	14
Assistência Social	11
Transporte	10
Habitação	8
Encargos e regularizações fiscais	4
Trabalho	4
Segurança Pública	3
Esportes	3
Comércio e Serviços	3
Energia	1
Previdência social	0
Legislativa	0
Saneamento	0
Agricultura	0
Total	308

Fonte: Autoria própria (2025).

Cabe evidenciar que, conforme a tabela 2, para a categorização das publicações em eixos temáticos, foram implementados critérios embasados pelo referencial teórico da gestão de

impressões e da teoria da legitimidade. As postagens foram agrupadas conforme a natureza predominante de seu conteúdo, considerando os seguintes critérios: a finalidade, ou seja, se a postagem visava informar, promover ações ou atenuar críticas; a repercussão social e política junto ao público; e associação temática, relacionando o objetivo da postagem com áreas abrangidas pelo setor público, como infraestrutura e os servidores por exemplo.

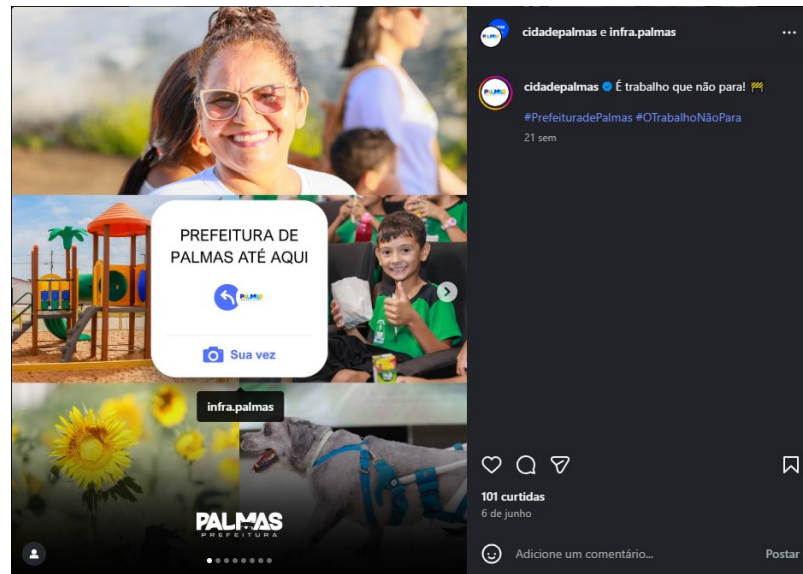
Diante da tabela 2, percebe-se que o perfil se dedica, principalmente, a divulgar eventos culturais e avisos de interesse da população, promover as obras públicas em andamento na cidade e evidenciar ações relacionadas ao bem-estar dos animais e a preservação do meio ambiente. Em segundo plano, eixos como a educação, a saúde e gestão e administração são abordados também, de modo a apresentar, por exemplo, os avanços no concurso da educação, as campanhas de vacinação e prevenção à saúde e os feitos mais relevantes da atual gestão. Por outro lado, temas como previdência social e saneamento básico não são mencionados no perfil.

Para a análise de conteúdo, foram selecionadas algumas publicações representativas dos eventos supracitados no perfil institucional, dentro do recorte temporal fixado. Para a escolha das postagens foram considerados alguns critérios, como a relevância temática, a repercussão junto ao público e a relação com os eventos sociopolíticos ocorridos durante o período. A partir dessa amostra, visou-se identificar as estratégias de gerenciamento de impressões aplicadas pela administração municipal, com base nas pesquisas e estudos apresentados anteriormente. Logo, busca-se verificar de que forma a gestão pública utilizou componentes visuais, textuais e simbólicos nos posts para influenciar a percepção da audiência, reconstruir a confiabilidade da população na imagem institucional e legitimar suas ações perante os cidadãos. A seguir, os posts selecionados foram elencados conforme o período de publicação no perfil.

- **Junho**

O primeiro post selecionado foi um carrossel de imagens publicado em 06 de junho de 2025, no qual foram divulgadas oito fotos com os principais feitos da atual gestão da prefeitura de Palmas. A seguir, será apresentado as três primeiras fotos e o restante estará nos ANEXOS do presente trabalho.

Figura 1. Realizações da gestão de Palmas até junho/2025 - Imagem 1



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

Figura 2. Realizações da gestão de Palmas até junho/2025 - Imagem 2



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

A partir disso, ao avaliar a postagem, destaca-se a utilização da estratégia de promoção organizacional, uma das categorias assertivas da gestão de impressões propostas por Jones e Pittman (1982), também denominada de autopromoção na perspectiva governamental, de acordo com Fan, Liang e Zheng (2022). Tal estratégia busca disseminar uma atuação eficiente na implementação de medidas públicas, evidenciando as realizações da entidade para os cidadãos. Além disso, as figuras ilustrativas das ações executadas colaboram para a formação

de uma imagem positiva da administração municipal, visando consolidar uma postura de credibilidade e comprometimento com a entrega de resultados.

Tal publicação exhibe a tentativa de a gestão municipal reafirmar sua legitimidade diante do público, em consonância com Dias Filho (2012), ao evidenciar que suas ações estão de acordo com as expectativas dos cidadãos. Ao promover programas e obras públicas, a instituição visa justificar sua relevância perante a sociedade dentro do contrato social, reforçando que suas realizações se alinham aos valores e princípios da população (Suchman, 1995; Beuren; Söthe, 2009). A notoriedade no desempenho eficiente da gestão compactua com o que Beuren e Söthe (2009) dissertam sobre a necessidade de expor frequentemente contribuições sociais que fundamentam a continuidade da entidade. Assim, o post atua como um instrumento de legitimação, reiterando que a administração cumpre suas atribuições e é digno de confiança dos administrados.

Em continuidade, cabe enfatizar que no fim de junho, apesar do afastamento do gestor Eduardo Siqueira Campos devido à investigação policial, o perfil não fez publicações relacionadas ao assunto. Nesse sentido, no dia do episódio em questão, a instituição realizou a seguinte publicação:

Figura 3. Anúncio do pagamento antecipado do salário dos servidores



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

Conforme a figura 3, observa-se que, no mesmo período em que o gestor foi afastado, o perfil publicou conteúdos de natureza cotidiana e benéfica ao público, como o pagamento dos

servidores e a realização do evento “Arraiá da Capital”. Tal decisão reflete a aplicação de táticas defensivas, especialmente a de ocultação (*burying*), segundo Damascena (2017), visto que evita debater o acontecimento negativo e evidencia assuntos que se associam à normalidade e à valorização das atividades públicas. Assim, a Prefeitura se esforça para atenuar o impacto desfavorável na perspectiva da população e manter uma imagem de estabilidade da administração pública, mesmo diante de uma situação de crise.

Apesar de a prefeitura realizar publicações que desloquem a atenção dos cidadãos para temáticas neutras, os comentários da postagem apresentam uma reação negativa por parte da população. Nesse contexto, internautas utilizaram expressões como “salário na conta e o papai na jaula”, na qual exibem a descredibilização e o sarcasmo do público diante da estratégia de gerenciamento de impressões, demonstrando que a tentativa de disseminar um comportamento de normalidade não foi eficiente. Além disso, esta manifestação crítica exhibe as limitações das táticas defensivas quando empregues em momentos de crise, pois, de acordo com Burlea e Popa (2013) e Rossoni (2016), a legitimidade de uma entidade depende não apenas da narrativa institucional, mas também da aceitação do corpo social.

- **Julho**

Inicialmente, entre 27 de junho e 18 de julho, isto é, o período em que Eduardo Siqueira esteve afastado do cargo, percebe-se uma alteração no teor das publicações do perfil da instituição. Desse modo, as postagens realizadas nesse momento adotaram uma natureza mais neutra e informativa, divulgando, principalmente, eventos culturais, como o Arraiá da Capital, e o andamento de obras e serviços municipais. Paralelamente, tal mudança visa preservar a imagem da entidade diante da instabilidade política quanto ao chefe do Poder Executivo afastado, enfatizando conteúdos que promovem a continuidade administrativa e a normalidade do funcionalismo público. Logo, evidencia-se que esta conduta pode ser associada à tática defensiva ocultação (Damascena, 2017), pois abstém-se de retratar o acontecimento político adverso e direciona o foco dos cidadãos para temáticas de interesse público.

No dia 18 de julho de 2025, momento em que o STF revogou a prisão domiciliar de Eduardo Siqueira Campos e autorizou seu retorno ao cargo de prefeito de Palmas, o perfil institucional publicou o conteúdo referente à revitalização da Arca de Taquaralto, conforme a figura 4 a seguir.

Figura 4. Revitalização da Arca de Taquaralto



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

Nesse sentido, a conexão temporal entre a volta gestor e o anúncio de uma obra pública de grande visibilidade indica uma postura estratégica de legitimação da autoridade, evidenciando o uso da rede social como ferramenta de gerenciamento de impressões. Esta ação busca associar tal realização à uma gestão eficiente e comprometida com a infraestrutura urbana e a coletividade, interligando-se à estratégia de exemplificação, que, conforme Jones e Pittman (1982), visa demonstrar uma imagem de integridade e moralidade perante o público. Assim, após um contexto de fragilidade, a valorização de obras visa a reconstrução da credibilidade institucional, bem como uma tentativa de interligar a figura do prefeito à concepção de progresso e responsabilidade pública, em um contexto de recuperação de legitimidade política.

Na figura 4 evidencia-se que ao promover uma obra de elevada importância para a população, a publicação busca salientar a eficiência da gestão municipal, com o intuito de enfatizar a sua importância e preservar o apoio social dos cidadãos, corroborando com Beuren e Söthe (2009). Tal obra representa o comprometimento da prefeitura com a infraestrutura

urbana, refletindo que a entidade se mantém direcionada para o interesse público, mesmo após um episódio de instabilidade política.

Paralelamente, no mesmo dia desta publicação, a entidade realizou um post sobre um projeto voltado para famílias enquadradas no programa minha casa minha vida, conforme a figura 5.

Figura 5. Projeto municipal para moradia



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

Em consonância, na figura 5, que apresenta o projeto municipal para moradia, fortalece a iniciativa de restaurar a legitimidade social mediante a promoção de medidas públicas dedicadas ao bem-estar do corpo social. Nessa perspectiva, ao citar “Sabe o que garante uma cidade mais justa? Decisões que priorizam e respeitam o meio ambiente” na imagem, identifica-se o uso da estratégia de promoção organizacional (Almeida, 2019; Jones; Pittman, 1982), pois visa transmitir uma percepção de competência da entidade e enfatizar a excelência da organização em promover projetos de relevância social para os cidadãos, evidenciando a preocupação da administração com as necessidades da população. Tal conduta se alinha à teoria da legitimidade, na medida em que o poder público procura reconstituir a confiança dos cidadãos através da oferta de políticas que demonstrem a responsabilidade social (Suchman, 1995).

Além disso, com o retorno de Eduardo Siqueira ao cargo, evidencia-se o uso da estratégia defensiva de comportamento pró-social (Mendonça; Amantino-de-Andrade, 2003; Mohamed; Gardner; Paolillo, 1999), pois o poder público promove uma ação social visando apaziguar os impactos negativos, gerados pelo episódio da prisão e afastamento do prefeito, e influenciar os cidadãos a legitimarem uma imagem positiva da atual gestão municipal.

Ao propor medidas públicas que ofereçam a assistência social, a administração palmense salienta o seu compromisso com os princípios e valores do corpo social em que está inserido, visando atender as expectativas coletivas (Sehn; Zanchet; Gomes, 2018). Outrossim, ao proporcionar políticas e projetos que acometam diretamente as famílias do município, a prefeitura reafirma sua posição de autoridade imprescindível para o bem-estar coletivo, transmitindo a percepção de Dias Filho (2012) de que a instituição necessita reiterar sua relevância para preservar o contrato social que legitima suas ações.

- **Agosto**

No mês de agosto, as postagens analisadas são voltadas para a restauração da confiabilidade e à reafirmação de laços simbólicos com a história local. Dessa maneira, a figura 6, retrata um vídeo publicado pela entidade em primeiro de agosto de 2025, em homenagem ao ex-governador José Wilson Siqueira Campos.

Figura 6. Homenagem ao ex-governador José Wilson Siqueira Campos



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

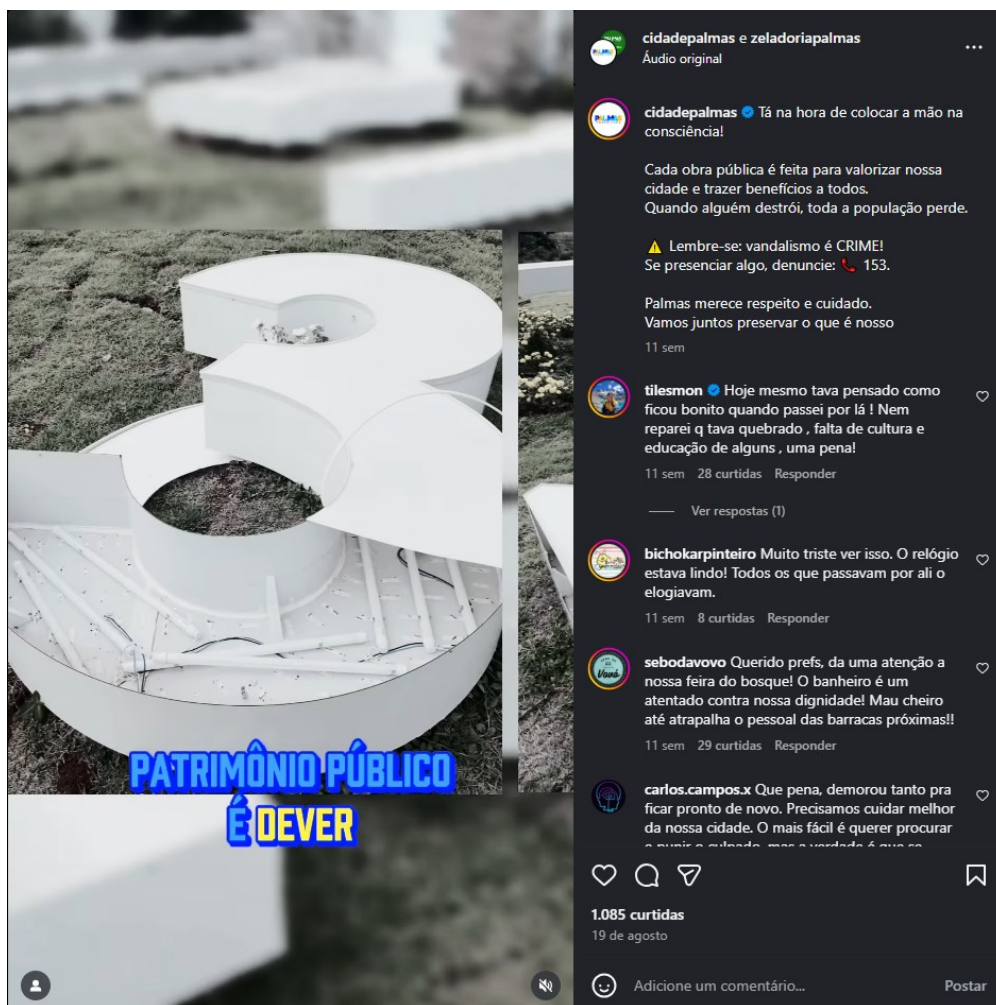
Nessa linha, o perfil institucional adota uma postura de validação simbólica, utilizando a memória política como estratégia emocional de reconstrução da legitimidade, à fim de vincular uma ilustre figura histórica com a atual gestão por meio do sobrenome Siqueira Campos. Nesse caso, observa-se o uso da tática gabar, denominada em inglês de *boasting*, (Damascena 2017; (Mohamed; Gardner; Paolillo, 1999), em que a administração evidencia sua conexão parental com um indivíduo vastamente reconhecido de forma positiva pela comunidade. Esta ação fortalece a ideia de continuidade do legado familiar e de enaltecimento das origens políticas, com o objetivo de readquirir a deferência e a legitimidade do poder público municipal diante dos cidadãos, através de conexões emocionais e históricas, e neutralizar os impactos negativos.

A figura 6, que retrata uma homenagem ao ex-governador José Wilson Siqueira Campos, pode ser entendida como uma tentativa de restabelecer a legitimidade do gestor junto ao público. Segundo Suchman (1995), em períodos de crise, as instituições utilizam de

mecanismos simbólicos, que são culturalmente apreciados pelo corpo social, para alinhar as suas atuações com as expectativas da sociedade. A associação entre o prefeito Eduardo Siqueira e o legado do fundador do estado, demonstra uma tentativa de obter legitimação perante o corpo social baseado na memória coletiva de uma figura histórica, invocando tal conexão familiar para reestabelecer a credibilidade pública.

Por outro lado, na figura 7, a prefeitura de Palmas exibe uma inversão de foco, abordando o vandalismo de uma obra pública.

Figura 7. Obra pública vandalizada



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

Em consonância, a instituição assume uma postura de repreensão e aversão ante o ato, aplicando a tática assertiva indireta destruição (*blasting*), conforme a taxonomia de Mohamed, Gardner e Paolillo (1999), ao evidenciar o comportamento negativo de terceiros. Tal postagem procura reforçar a reputação da administração como responsável e meticulosa, propagando a

concepção de que comportamentos de destruição afetam o interesse público e, portanto, desaproximam-se dos valores e princípios defendidos pela gestão. Assim, o objetivo é fortalecer a visão de autoridade e compromisso da organização pública, bem como desviar o foco da sociedade para indagações cívicas e morais, evitando possíveis críticas à figura do gestor.

Outrossim, evidencia-se a inexistência de qualquer informação no perfil oficial da Prefeitura de Palmas sobre o suposto esquema de “rachadinha” envolvendo vereadores da Câmara Municipal, conforme difundido pelos noticiários locais. Nesse sentido, ao voltar seus conteúdos para temáticas de natureza ambiental, educacional e administrativa, a gestão tentou manter a perspectiva de normalidade, afastando-se deste episódio negativo, o que caracteriza o uso da tática defensiva de ocultação (Damascena, 2017). Sob a ótica da teoria da legitimidade (Sehn; Zanchet; Gomes, 2018), esse comportamento reflete a tentativa de preservar uma imagem de moralidade e integridade perante os cidadãos, ao distanciar-se de eventos que pudessem fragilizar ainda mais a reputação e confiabilidade institucional.

- **Setembro**

No mês de setembro, os posts da entidade voltaram-se para conteúdos relacionados à responsabilidade ambiental e à valorização da educação pública. Nessa linha, a entidade aborda sobre o descarte irregular de entulhos em Palmas, conforme ilustrado na figura 8.

Figura 8. Descarte irregular



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

Dessa forma, na figura 8, nota-se a implementação da tática assertiva de exemplificação, conforme categorização de Bolino et al (2008), visto que a administração pública se posiciona diante do público como uma instituição exemplar quanto à moralidade e responsabilidade social. Em consonância, ao repudiar as ações irregulares de descarte de entulhos e disseminar a conscientização ambiental, a gestão municipal procura projetar uma percepção de cuidado com a infraestrutura urbana e preocupação com a qualidade de vida do corpo. Assim, tal medida pode ser elucidada como uma investida para obter a legitimidade moral perante os cidadãos.

Adicionalmente, em 23 de setembro, o perfil institucional anunciou que a prefeitura realizará a convocação de 120 aprovados no concurso da educação para cobrir vagas em vacância, como demonstrado na figura 9.

Figura 9. Convocação de 120 aprovados no concurso da educação



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

De acordo com a figura 9, observa-se a estratégia de promoção organizacional (Almeida, 2019; Jones; Pittman, 1982), ao enfatizar os feitos da gestão na esfera educacional. O governo municipal, com essa publicação, empenha-se em transmitir uma postura de eficiência perante os usuários, demonstrando comprometimento com o funcionalismo público e enaltecimento dos servidores da educação.

Para complementar, também é imperioso notar o uso da insinuação, pois implementa ações estratégicas para aumentar a atratividade da organização governamental para o público almejado, isto é, os profissionais da educação aprovados no concurso.

Assim, nota-se que ambas as publicações de setembro foram evidenciadas por conteúdos direcionados à temas como educação e meio ambiente, na qual demonstraram a procura da instituição em fortalecer e ampliar a sua legitimidade perante a sociedade após um período de instabilidade sociopolítica. Segundo Beuren e Söthe (2009), as organizações governamentais necessitam reafirmar frequentemente o seu papel e sua relevância para impossibilitar a revogação de seu contrato social. Além disso, essa postura também transmite a utilização da divulgação voluntária para moldar percepções, conforme o entendimento de Araújo e Callado (2020), apontando que o ente municipal usa o Instagram como instrumento

para fortalecimento da imagem institucional ao enfatizar atuações que destacam o compromisso com princípios e valores prestigiados pelos cidadãos palmenses.

- **Outubro**

Em outubro, o perfil aumentou o número de publicações, conforme demonstrado na Tabela 1, indicando a necessidade de fortalecer a legitimidade social da instituição em um cenário político ainda frágil. No dia 17 de outubro, a prefeitura de Palmas publicou um carrossel de seis imagens exemplificando as reestruturações organizacionais provocadas pela reforma administrativa municipal, conforme apresentado a seguir nas figuras 10 e 11.

Figura 10. Reforma administrativa - Imagem 1



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

Figura 11. Reforma administrativa - Imagem 2



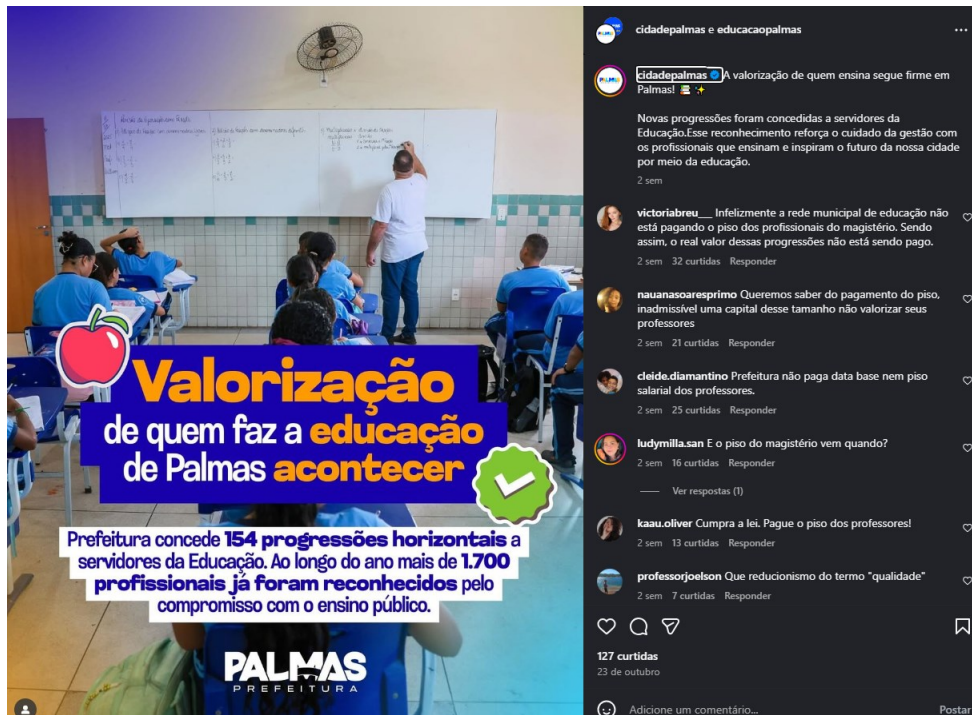
Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

Nesse sentido, este post reflete a aplicação da estratégia defensiva de retratação (Damascena, 2017), visto que, após repercussão negativa dos cidadãos nas redes sociais, buscou-se fornecer informações para atenuar as reverberações desfavoráveis à reputação da entidade, à fim de evitar que atitudes potencialmente problemáticas aconteçam.

Ademais, ao evidenciar a economicidade dos recursos públicos, o poder público busca receber a aceitação da população quanto às medidas de corte de gastos e reorganização estrutural, visando mitigar possíveis críticas e transmitir uma imagem de cautela e responsabilidade fiscal.

Outrossim, em 23 de outubro, conforme a figura 12, a prefeitura de Palmas anunciou a concessão de progressões horizontais aos servidores da Educação.

Figura 12. Progressões horizontais dos servidores da educação



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

A figura 12, utiliza a estratégia de promoção organizacional novamente ao promover medidas públicas de valorização profissional dos servidores públicos da educação. Tal publicação reforça a imagem de competência da gestão, a fim de enfatizá-la como uma organização exemplar que enaltece seus recursos humanos.

Contudo, a postagem omite algumas pautas abordadas pelos internautas nos comentários, como o pagamento da data-base, do piso do magistério e da progressão vertical dos servidores da educação, notando-se a escolha seletiva de conteúdos oportunos e a evasão de assuntos potencialmente problemáticos. Logo, tal comportamento corrobora o uso estratégico da autopromoção e da ocultação.

Nota-se que o perfil institucional da Prefeitura de Palmas no Instagram opera como uma ferramenta de gerenciamento de impressões, na qual destacam-se as estratégias assertivas de promoção organizacional e exemplificação, bem como táticas defensivas de ocultação (*burying*), gabar (*boasting*) e comportamento pró-social. A aplicação destas estratégias evidencia a dedicação da administração em reconstruir sua legitimidade perante à população após uma situação de crise, transmitindo uma percepção de eficiência e responsabilidade pública.

Entretanto, observou-se uma transparência seletiva, voltada predominantemente à propaganda de realizações da gestão municipal e à neutralização de acontecimentos danosos a reputação da entidade, o que indica que o uso das redes sociais pela administração pública tem a finalidade de moldar uma perspectiva positiva nos cidadãos, carecendo de fidedignidade e confiabilidade para debater temáticas polêmicas e de interesse público com os usuários.

Além disso, embasando-se na tabela 1, o aumento significativo no quantitativo de publicações em outubro, especialmente as que abordam o desempenho eficiente da gestão e ações de valorização dos profissionais da educação, apontam uma conduta direcionada para reconstrução e expansão da legitimidade institucional. Segundo Beuren e Söthe (2009), as instituições públicas, em situações de riscos, fomentam a promoção de ações que reiteram sua importância perante o corpo social. Tal intensificação também corrobora com o entendimento de Burlea e Popa (2013), que instituições sob ameaça de retaliação social tendem a ter um controle seletivo de assuntos, dando preferência a conteúdos que fortalecem a confiança e credibilidade social. Portanto, as publicações de outubro apresentam um esforço em reconstruir a imagem institucional e alinhá-la aos preceitos sociais de eficiência e transparência, mantendo o contrato social que possibilita a sua legitimação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo geral identificar como a administração pública empregou o Instagram enquanto ferramenta de gerenciamento de impressões no município de Palmas-TO, entre junho e outubro de 2025, um período notavelmente marcado por episódios sociopolíticos de intensa repercussão.

Primeiramente houve a contextualização dos acontecimentos sociopolíticos de maior impacto ocorridos no município durante período fixado, demonstrando como tais acontecimentos afetaram tanto a entidade quanto seus governados. Nesse sentido, essa etapa permitiu compreender em que contexto as publicações institucionais foram elaboradas e propagadas, apresentando as circunstâncias necessárias para interpretar posteriormente as postagens do perfil oficial da Prefeitura de Palmas.

Na sequência, foram avaliadas as publicações selecionadas e identificadas as estratégias assertivas e defensivas de gestão de impressões presentes. A análise evidenciou a priorização de conteúdos relacionados à reconstrução da imagem e credibilidade governamental, com a finalidade de exibir uma postura de competência e atenuar as consequências negativas

provocadas, principalmente, pela prisão e o afastamento temporário do chefe do Poder Executivo.

As estratégias de gerenciamento de impressões identificadas nas postagens mostraram-se associadas aos principais episódios sociopolíticos ocorridos no período fixado. Desse modo, a autopromoção e a exemplificação foram encontradas em publicações que promoveram obras, revitalizações e projetos voltados para moradia, propagadas com ênfase após o afastamento e posterior retorno do prefeito, como forma de passar uma impressão de competência e reconstruir sua reputação.

Já a tática de ocultação, se destacou no momento em que a entidade se esquivou de abordar a prisão do gestor e o suposto esquema de “rachadinha” na Câmara Municipal, direcionando as publicações para conteúdos relacionados à eventos culturais e serviços cotidianos a fim de preservar a imagem da instituição. Além disso, o comportamento pró-social pôde ser observado na promoção de medidas públicas voltadas ao bem-estar coletivo e à assistência familiar, empregadas para mitigar os impactos negativos da crise sociopolítica.

A tática de gabar se manifestou na homenagem ao ex-governador José Wilson Siqueira Campos, visando conectar uma figura histórica com a atual gestão através do laço familiar e restabelecer sua legitimidade perante a população. Quanto à estratégia de destruição, revelou-se em posts que recriminam o vandalismo em patrimônio público, deslocando a atenção para comportamentos reprováveis de terceiros e moldando a imagem da gestão como defensora do interesse público.

A insinuação foi notada em publicações sobre os progressos na rede educacional, principalmente na convocação de aprovados do concurso, fortalecendo a atratividade da administração diante da população. Por último, a retratação ocorreu nas postagens sobre a reforma administrativa, implementadas para justificar cortes e reestruturações internas após reação negativa dos cidadãos.

No entanto, é perceptível que tal estudo apresentou algumas limitações. Dessa forma, o trabalho foi aplicado exclusivamente no perfil institucional @cidadepalmas, não incluindo outras plataformas digitais que fazem parte da rede de comunicação do governo municipal. Ademais, a análise se resumiu ao conteúdo disponível ao público em geral, não acessando medidas ou táticas internas que permitiriam maior compreensão do processo de divulgação de informações. Complementa-se a isso o espaço temporal limitado, que impossibilita a avaliação de mudanças à longo prazo no perfil.

Embora haja essas limitações, evidencia-se que a pesquisa oferta contribuições relevantes quanto aos estudos sobre gerenciamento de impressões na administração pública.

Nesse sentido, ao apresentar como as mídias digitais são utilizadas para disseminar transparência seletiva e neutralizar repercussões desfavoráveis, este estudo expande a compreensão sobre a postura dos governos locais quanto à transparência com seus cidadãos. O trabalho também torna evidente as vulnerabilidades do uso das redes sociais como espaços de diálogo público, enfatizando a predominância da autopromoção governamental em desfavor da participação cidadã.

Portanto, o presente estudo ramifica novas direções para investigações futuras, principalmente para a comparação de administrações municipais distintas e suas implementações de estratégias de gerenciamento de impressões em plataformas digitais. Outrossim, análises de longo prazo possibilitariam uma exploração aprofundada quanto às mudanças ocorridas nos tipos de conteúdo publicados ao longo de diversos mandatos, bem como o desenvolvimento de pesquisas comparativas entre cidades de portes distintos propiciaria o entendimento da gestão de impressões em contextos governamentais e digitais. Adicionalmente, o acréscimo das perspectivas dos cidadãos sobre tais estratégias significaria uma evolução imprescindível, expandindo questões sobre legitimidade, credibilidade e construção da imagem pública.

REFERÊNCIAS

ABDOU, Shereen Aly Hussien Aly. Building corporate image through social media: role of impression management. **Entrepreneurship and Sustainability Issues**, Cairo, v. 11, n. 1, p. 113-131, setembro, 2023. DOI: [http://doi.org/10.9770/jesi.2023.11.1\(7\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2023.11.1(7)). Acesso em: 15 mai. 2025.

ALMEIDA, Janaína Borges de. **A evolução do relato corporativo à luz do gerenciamento de impressões: o caso da Petróleo Brasileiro S.A - Petrobras**. Tese (Doutorado em Contabilidade) - Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho. Braga. 2019. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/76886>. Acesso em: 12 mai. 2025.

AL-SHATTI, E. et al. Impression Management on Instagram and Unethical Behavior: The Role of Gender and Social Media Fatigue. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 19, n. 16, p. 9808, agosto, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph19169808>. Acesso em: 16 mai. 2025.

ALVES, Patrícia. Prefeitura de Palmas confirma convocação de concursados e professores substitutos em reunião com sindicato. Agência Tocantins, 2025. Disponível em: <https://www.agenciatocantins.com.br/noticia/100979/prefeitura-de-palmas-confirma-convocacao-de-concursados-e-professores-substitutos-em-reuniao-com-sindicato>. Acesso em: 21 out. 2025.

ALVES, Patrícia. Vereadores de Palmas são suspeitos de usar CODAP em esquema com sites de fachada no modelo de “rachadinha”. Agência Tocantins, 2025. Disponível em: <https://www.agenciatocantins.com.br/noticia/99640/vereadores-de-palmas-sao-suspeitos-de-usar-codap-em-esquema-com-sites-de-fachada-no-modelo-de-lrachadinhar>. Acesso em: 23 out. 2025.

ARAÚJO, A. A., & CALLADO, A. L. C. Disclosure das práticas de gestão de riscos no setor público: um estudo no contexto da governança pública. **Perspectivas em políticas públicas**, v. 12, n. 24, p. 179–212, jul./dez. 2020. Disponível em: <https://revista.uemg.br/revistappp/article/view/3526>. Acesso em: 27 ago. 2025.

AVELINO, B. C.; COLAUTO, R. D.; ANGOTTI, M. Política de evidenciação de informações do setor público no estado de Minas Gerais. **Enfoque: Reflexão Contábil**, v. 33, n. 1, p. 71-88, 2014. DOI: <https://doi.org/10.4025/enfoque.v31i2.16079>. Acesso em: 27 ago. 2025.

BEUREN, I. M.; SÖTHER, A. A Teoria da legitimidade e o custo político nas evidenciações contábeis dos governos estaduais da região sudeste do Brasil. **Revista de Contabilidade e**

Organizações, v. 3, n. 5, p. 98-120, 2009. DOI: <https://doi.org/10.11606/rco.v3i5.34734>. Acesso em: 27 ago. 2025.

BOLINO, M. C. et al. A Multi-Level Review of Impression Management Motives and Behaviors. **Journal of Management**, v. 34, p. 1080-1109, dezembro, 2008. DOI: <https://doi.org/10.1177/0149206308324325>. Acesso em: 01 mai. 2025.

BOLINO, M. C.; LONG D.; TURNLEY W. Impression Management in Organizations: Critical Questions, Answers, and Areas for Future Research. **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, v. 3, p. 377 - 406, janeiro, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062337>. Acesso em: 15 mai. 2025.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. In: DUARTE, J. **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009. 2. ed.

BURLEA, A. S.; POPA, I. Legitimacy theory. Encyclopedia of corporate social responsibility, v. 21, n. 6, p. 1579-1584, 2013. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_471. Acesso em: 23 ago. 2025.

CADORIN, J.R.; THEISS, V. Gerenciamento de impressão das narrativas contábeis da Vale S.A. em detrimento do rompimento da barragem de Brumadinho. **Revista Mineira de Contabilidade**, Belo Horizonte, v. 23, n. 2, p. 32-42, mai./ago. 2022. DOI: <https://doi.org/10.51320/rmc.v23i2.1344>. Acesso em: 22 abr. 2025.

CARVALHÊDO, Wlisses dos Santos. **Palmas-TO: uma análise da segregação socioespacial na cidade planejada**. 2011. 154f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2011. DOI: <https://doi.org/10.14393/ufu.di.2011.151>. Acesso em: 02 jun. 2025.

CAVALCANTE, Stefani. Eduardo Siqueira: saiba quem é prefeito de Palmas preso em operação que investiga vazamento de informações sigilosas do STJ. **Portal de Notícias G1 Tocantins**, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2025/06/27/eduardo-siqueira-saiba-quem-e-prefeito-de-palmas-presos-em-operacao-que-investiga-vazamento-de-informacoes-sigilosas-do-stj.ghtml>. Acesso em: 12 out. 2025.

COMEL, N.; MOURA, J. F. de. Para “ver” o que faz a prefeitura: comunicação pública no instagram da prefeitura de Florianópolis. **Organicom**, São Paulo, v. 20, n. 42, p. 159–172, 2023. DOI: [10.11606/issn.2238-2593.organicom.2023.210955](https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2023.210955). Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/210955>. Acesso em: 22 mai. 2025.

DAMASCENA, Elielson Oliveira. **O Gerenciamento de Impressão e a Vulnerabilidade do Consumidor: Um Estudo Acerca da Interação Entre a Pessoa com Deficiência e o Ambiente de Varejo**. Tese (Pós-Graduação em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Pernambuco. Recife. 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/30489>. Acesso em: 12 mai. 2025.

DIAS FILHO, José Maria. A Pesquisa Qualitativa sob a Perspectiva da Teoria da Legitimidade: uma alternativa para explicar e prever políticas de evidência contábil. **Revista INTERFACE**, Natal/RN, v. 9, n. 1, Jan./Jun., 2012.

DUBRIN, Andrew J. **Impression management in the workplace: research, theory and practice**. 1. Ed. Nova York: Taylor & Francis e-Library, 2011.

EDUARDO Siqueira Campos recebe faixa das mãos de Cinthia Ribeiro e nomeia secretariado. O Jornal, 2 jan. 2025. Disponível em: <https://ojornal.net/2025/01/02/eduardo-siqueira-campos-recebe-faixa-das-maos-de-cinthia-ribeiro-e-nomeia-secretariado/>. Acesso em: 25 out. 2025.

EDUCAÇÃO realiza nova paralisação estadual por envio do PCCR à AL. **SINTET**, 2025. Disponível em: <https://www.sintet.org.br/noticias/2025/10/14/educacao-realiza-nova-paralisacao-estadual-por-envio-do-pccr-a-al/>. Acesso em: 16 nov. 2025.

FAN, J.; LIANG, W.; ZHENG, H. Government's impression management strategies, trust in government and social cohesion: An evidence from Songjiang University Town, China. **Frontiers in Psychology**, v. 13, p. 1-10 setembro, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.951579>. Acesso em: 16 mai. 2025.

FARIA, A. H. F. de; SOUKI, G. Q.; ITUASSU, C. T. O gerenciamento de impressões em empresas brasileiras: o caso PETROBRAS. In: XXI SEMEAD – SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO DA USP, 2018. **Anais [...]**. São Paulo: FCE-USP, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/41245>. Acesso em: 27 abr. de 2025.

FILHO, Arnaldo. Suposto esquema de sites fantasmas estaria desviando verba de mídia da Câmara de Palmas. **Portal AF notícias**, 2025. Disponível em: <https://afnoticias.com.br/blog-do-arnaldo-filho/suposto-esquema-de-sites-fantasmas-estaria-desviando-verba-de-midia-da-camara-de-palmas>. Acesso em: 23 out. 2025.

FITRIA, Nurul Jannah Lailatul. Monitoring and Evaluation of the Implementation of Public Information Disclosure Through@ probolinggoimpressive Account by Probolinggo City

Government. **Journal of Governance and Public Affairs**, v. 1, n. 1, p. 47-69, abril, 2024. Disponível em: <https://jgpa.unja.ac.id/jgpa/article/view/4>. Acesso em: 27 ago. 2025.

GERHARDT, T. E.; SOUZA, A. C. de. Aspectos teóricos e conceituais. In: GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009. cap. 1, p. 11-29.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 10. Ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

HOLANDA, Maicon Douglas. **O siqueirismo e a “invenção” do tocantins: territorialidade do poder e usos políticos do passado na campanha eleitoral de 2010**. 2023. 160 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós - Graduação de Estudos em Cultura e e Território - Ppgcult, Universidade Federal do Tocantins, Araguaína, 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11612/6456>. Acesso em: 25 out. 2025.

HOLZER, M.; MANOHARAN, A. P. **Digital Governance in Municipalities Worldwide (2015-16) Seventh Global E-Governance Survey: A Longitudinal Assessment of Municipal Websites Throughout the World**. E-Governance Institute, National Center for Public Performance, Rutgers University, Newark, 2016. Disponível em: https://www.seoulsolution.kr/sites/default/files/gettoknowus/Rutgers%20SPAA_Digital%20Governance%20in%20Municipalities%20Worldwide%20%282015-16%29.pdf. Acesso em: 19 mai. 2025.

JONES, E. E.; PITTMAN, T. S. Toward a general theory of strategic selfpresentation. In: SULLS, J. (Ed.). **Psychological perspectives on the self**, Hillsdale, v. 1, p. 231-262, janeiro, 1982. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/248124372_Toward_a_general_theory_of_strategic_self-presentation. Acesso em: 27 abr. de 2025.

JUNG, Y. et al. Politician's Strategic Impression Management on Instagram. In: **Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences**, 2017. University of Hawaii, p. 2195-2201. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10125/41420>. Acesso em: 16 mai. 2025.

LARA, E. R.; ABREU PASSOS, G.; TEIXEIRA, L. A influência do gerenciamento de impressões em mídias sociais nas variações das ações: o caso da Petrobras. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO, 2024, Ponta Grossa. **Anais [...]**. Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2024. Disponível em: https://admpg.com.br/2024/anais/arquivos/07282024_180738_66a6bed2c8dac.pdf. Acesso em: 06 out. 2025.

LAURIS, P.; MOTA, K. Prefeitura de Palmas deve economizar R\$ 20 milhões ao ano após extinção de secretarias. **Portal de Notícias G1 Tocantins**, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2025/10/16/prefeitura-de-palmas-deve-economizar-r-20-milhoes-ao-ano-apos-extincao-de-secretarias-fundacoes-e-agencias.ghtml>. Acesso em: 23 out. 2025.

LIMA JR, Davino Pereira. Hashtags à Mesa: Redes Sociais sobre Vegetarianismo no Instagram. **Journal of Digital Media & Interaction**, v. 3, n. 9, p. 54-76, setembro, 2020. DOI: <https://doi.org/10.34624/jdmi.v3i9.19506>. Acesso em: 15 mai. 2025.

MANCUSO, Juliana Daniela Rodrigues. **Gerenciamento de impressão e divulgação de informações financeiras em mídias sociais por entes públicos brasileiros**. 2022. 184f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2022. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/12146>. Acesso em: 16 mai. 2025.

MARTINS, Adelaide Ferreira Leite. **O Processo De legitimação e a Gestão De Impressões Na Comunicação Organizacional: O Caso Da EDP–Energias De Portugal, SA**. Tese (Doutorado em Ciências Empresariais) - Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho, Braga, 2015. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/41498>. Acesso em: 12 mai. 2025.

MASCARENHAS, Lorena Karlla Barros Vieira. **Comunicação pública no ciberespaço: uma análise sobre informação de interesse público no perfil oficial da prefeitura de Palmas no Instagram**. 2024. 121f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2024. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11612/6832>. Acesso em: 16 mai. 2025.

MENDONÇA, J. R. C. de; AMANTINO-DE-ANDRADE, J. Gerenciamento de impressões: em busca de legitimidade organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, v. 43, n. 1, p. 36–48, jan./mar. 2003. DOI: <https://doi.org/10.1590/s0034-75902003000100005>. Acesso em: 01 mai. 2025.

MERGEL, I. Social media adoption and resulting tactics in the U.S. federal government. **Government Information Quarterly**, v. 30, n. 2, p. 123–130. DOI: <https://doi.org/10.1016/J.GIQ.2012.12.004>. Acesso em: 19 mai. 2025.

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. M. Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: incremental information or impression management? **Journal of Accounting Literature**, v. 27, p. 116-196, 2007. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1089447>. Acesso em: 13 mai. 2025.

MERKL-DAVIES, D. M.; KOLLER, V. Metaphoring' people out of this world: A Critical Discourse Analysis of a chairman's statement of a UK defence firm. **Accounting Forum**, v. 36, p. 178-193, fevereiro, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2012.02.005>. Acesso em: 13 mai. 2025.

MOHAMED, A. A.; GARDNER W. L.; PAOLILLO J. G. P. A taxonomy of organizational impression management tactics. **Advances in Competitiveness Research**, Indiana, v. 7, p. 108-130, 1999. Disponível em: <https://googlegroups.com/group/mukisilerarasiiiletisimyukselisans/attach/d8cbba7900ccdaaf/izlenim%20y%C3%B6n.pdf?part=0.1>. Acesso em: 27 abr. 2025.

OLIVEIRA, Charlyne Sueste de. **Uso do instagram pelo sistema de justiça brasileiro: análise dos perfis do TJ, TCE e TRE do Tocantins**. 2023. 117f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11612/7078>. Acesso em: 16 mai. 2025.

OLIVEIRA, Danielle Costa. **A legitimação organizacional por meio do uso do gerenciamento de impressões: o caso da Universidade Federal do Acre**. 2019. 87f. Dissertação - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/196092>. Acesso em: 06 out. 2025.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em administração**. 2011. 73f. Manual (Pós-Graduação), Universidade Federal do Goiás, Catalão, 2011. Disponível em: <https://biblioteca.uniscd.edu.mz/handle/123456789/2707> . Acesso em: 02 jun. 2025.

PALMAS (TO). Ato nº 1.248 – CT, de 08 de outubro de 2025. São contratados, em caráter de excepcional interesse público, os adiante relacionados, no cargo de Professor Substituto, 40h, na Secretaria Municipal de Educação, no período de 8 de outubro a 19 de dezembro de 2025. Diário Oficial do Município de Palmas, Palmas, TO, ed. 3.812, dia 08 de out. De 2025. p. 1-3. Disponível em: <http://diariooficial.palmas.to.gov.br/media/diario/3812-8-10-2025-23-8-11.pdf>. Acesso em: 21 de out. 2025.

PEREA, D.; BONSON, E.; BEDNÁROVÁ, M. Citizen reactions to municipalities' Instagram communication. **Government Information Quarterly**, v. 38, n. 3, p. 101579, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101579> . Acesso em: 19 mai. 2025.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

ROCHA JUNIOR, Felipe Roberto. **Mídias sociais e transparência: uma análise dos maiores municípios brasileiros**. 2017. 73 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis. Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2017. Disponível em: <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2872854>. Acesso em: 19 mai. 2025.

ROSSONI, Luciano. O que é legitimidade organizacional?. **Organizações & Sociedade**, v. 23, n. 76, p. 110-129, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1984-9230766>. Acesso em: 23 ago. 2025.

SEHN, L. C.; ZANCHET, A.; GOMES, M. Divulgação das informações ambientais pelas cooperativas agropecuárias: uma análise a partir da teoria da legitimidade. **Informe GEPEC**, Toledo, v. 22, n. 1, p. 63–82, 2018. DOI: <https://doi.org/10.48075/igepec.v22i1.18686>. Acesso em: 26 ago. 2025.

SINTET realiza assembleia e cobra pagamento do piso e das datas-bases atrasadas em Palmas. **SINTET**, 2025. Disponível em: <https://www.sintet.org.br/noticias/2025/10/6/sintet-realiza-assembleia-e-cobra-pagamento-do-piso-e-das-datas-bases-atrasadas-em-palmas/#:~:text=O%20Sintet%20Regional%20de%20Palmas,e%202025%2C%20ambas%20em%20atraso>. Acesso em: 16 nov. 2025.

SPEAR, S.; ROPER, S. Using corporate stories to build the corporate brand: an impression management perspective. **Journal of Product & Brand Management**, v. 22, p. 491–501, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1108/jpbm-09-2013-0387>. Acesso em: 1 mai. 2025.

SUCHMAN, M. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. **Academy of Management Review**, v.20, n. 3, p. 571-610, 1995. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>. Acesso em: 23 ago. 2025.

TEIXEIRA, Luis Fernando Cruvinel. A formação de Palmas. **Revista UFG**, Goiânia, v. 11, n. 6, jun. 2009. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/revistaufg/article/view/48234>. Acesso em: 28 mai. 2025.

VENEZIA, C.; FELIANA Y. K. Accounting Narrative and Impression Management on Social media – A study on Instagram Accounts of Indonesia Listed Companies. In: **18th International Symposium on Management**, 2021. Atlantis Press, p. 30-38. DOI: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210628.007>. Acesso em: 15 mai. 2025.

YANG, J. H.; LIU, S. Accounting narratives and impression management on social media. **Accounting and Business Research**, v. 47, p. 673-694, julho, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1080/00014788.2017.1322936>. Acesso em: 13 mai. 2025.

WINDSCHEID, Leon et al. Managing Organizational Gender Diversity Images: A Content Analysis of German Corporate Websites. **Journal of Business Ethics**, v. 152, p. 997-1013, agosto, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3292-6>. Acesso em: 13 mai. 2025.

ANEXOS

ANEXO A - REALIZAÇÕES DA GESTÃO DE PALMAS ATÉ JUNHO/2025 -
IMAGEM 3

Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

ANEXO B - REALIZAÇÕES DA GESTÃO DE PALMAS ATÉ JUNHO/2025 - IMAGEM
4

Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

ANEXO C - REALIZAÇÕES DA GESTÃO DE PALMAS ATÉ JUNHO/2025 - IMAGEM 5



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

ANEXO D - REALIZAÇÕES DA GESTÃO DE PALMAS ATÉ JUNHO/2025 - IMAGEM 6



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

ANEXO E - REALIZAÇÕES DA GESTÃO DE PALMAS ATÉ JUNHO/2025 - IMAGEM 7



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

ANEXO F - REALIZAÇÕES DA GESTÃO DE PALMAS ATÉ JUNHO/2025 - IMAGEM 8



Fonte: captura de tela - Fonte: Perfil @cidadepalmas

ANEXO G - REFORMA ADMINISTRATIVA - IMAGEM 3



ANEXO H - REFORMA ADMINISTRATIVA - IMAGEM 4



ANEXO I - REFORMA ADMINISTRATIVA - IMAGEM 5

TURISMO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
 ✦ ANTES:
 AGÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO
 FUNDAÇÕES DE JUVENTUDE
 FUNDAÇÃO DE ESPORTES E LAZER
 ✦ AGORA:
 SECRETARIA DE TURISMO,
 JUVENTUDE E ESPORTES

PLANEJAMENTO E GESTÃO
 ANTES:
 SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO,
 LICITAÇÕES
 SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
 AGORA:
 SECRETARIA DE PLANEJAMENTO
 E GESTÃO

PALMAS
 PREFEITURA

cidadepalmas
 3 sem Responder

emilly_carol15 E o pronunciamento sobre os passes estudantis nada hein
 2 sem Responder

amigodoprincipedocerrado Prefeito vêi podi
 2 sem Responder

doutorjoavictorteixeira A 100% dos prefeitos do Brasil: parem de me tratar como adversário e rival e comecem a me tratar como amigo. Eu nunca vou ser político no Brasil. Meus votos pelos próximos 70 anos serão sempre branco e nulo. Parem de racismo. Racismo é crime imprescritível e inafiançável. Solicito minha bolsa Mais Médicos em qualquer lugar do Brasil onde precisem de bons médicos. @aniellefranco @proenco @minsaude @mpfederal
 3 sem Responder

116 curtidas
 17 de outubro

Adicione um comentário... Postar

ANEXO J - REFORMA ADMINISTRATIVA - IMAGEM 6

AGÊNCIA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO (AGTEC) SERÁ INCORPORADA À SECRETARIA DA FAZENDA

A FUNDAÇÃO ESCOLA DE SAÚDE PÚBLICA (FESP) SERÁ INCORPORADA À SECRETARIA DA SAÚDE

A SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO (SEGOV) AGORA É SECRETARIA EXTRAORDINÁRIA DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

PALMAS
 PREFEITURA

cidadepalmas
 3 sem Responder

emilly_carol15 E o pronunciamento sobre os passes estudantis nada hein
 2 sem Responder

amigodoprincipedocerrado Prefeito vêi podi
 2 sem Responder

doutorjoavictorteixeira A 100% dos prefeitos do Brasil: parem de me tratar como adversário e rival e comecem a me tratar como amigo. Eu nunca vou ser político no Brasil. Meus votos pelos próximos 70 anos serão sempre branco e nulo. Parem de racismo. Racismo é crime imprescritível e inafiançável. Solicito minha bolsa Mais Médicos em qualquer lugar do Brasil onde precisem de bons médicos. @aniellefranco @proenco @minsaude @mpfederal
 3 sem Responder

116 curtidas
 17 de outubro

Adicione um comentário... Postar