

DIPLOMACIA PÚBLICA NO INSTAGRAM DO ITAMARATY: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO

LAVINIA KUKUL¹; FERNANDA DE MOURA FERNANDES²

¹ Universidade Federal de Pelotas – lavinia.kukul12@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – fernandes.fernanda@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como objetivo apresentar a experiência de mapeamento e análise do uso do perfil institucional do Itamaraty ou Ministério das Relações Exteriores (MRE) na plataforma Instagram, compreendido como instrumento de diplomacia pública digital. A iniciativa insere-se na Ação Diplomacia Pública nas Redes Sociais (34710), no âmbito do projeto Política Externa em Debate (8015), vinculado ao curso de Relações Internacionais da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Tal projeto busca aprofundar a formação discente em política externa, considerando a emergência de temáticas internacionais nas mídias digitais.

O conceito de diplomacia pública refere-se à interação entre governos e públicos estrangeiros e domésticos à respeito de temas de política externa, fenômeno que se manifesta de forma crescente no cenário político brasileiro contemporâneo (VILLANOVA, 2017; MIORANDO, 2010). Nesse sentido, Melissen (2005) acrescenta que, na era digital, a diplomacia pública não se limita à difusão de informações oficiais, abrangendo também a interação com o público, explorando as potencialidades das plataformas digitais pela busca de legitimidade e aprovação das ações externas pelo público em geral.

O perfil institucional do MRE no Instagram (@itamaratygovbr), criado em agosto de 2015, integra uma estratégia mais ampla de presença digital da instituição. Tal prática, enquadra-se no conceito de diplomacia 2.0 (GILBOA, 2016), caracterizada pela possibilidade de interação direta entre usuários e conteúdos publicados, promovendo maior horizontalidade na comunicação política ao aproximar-se de diferentes públicos.

Metodologicamente, este levantamento adota uma abordagem quali-quantitativa, de caráter exploratório e descritivo, com recorte temporal entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2023, período correspondente ao primeiro ano do terceiro governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2023-atual). Desta forma, foram coletadas e sistematizadas em formato de tabela as publicações em formato de posts e reels, realizadas no Instagram institucional do MRE durante o período selecionado. Os dados foram classificados e categorizados segundo: 1) a natureza das ações externas - ceremonial, bilateral, multilateral e regionais; e 2) o nível de engajamento do público - utilizando-se do número de visualizações e curtidas nas publicações.

2. ATIVIDADES REALIZADAS

A coleta de dados foi realizada manualmente a partir das informações disponibilizadas no perfil oficial do Instagram do Itamaraty (@itamaratygovbr) ao longo de 2023. O levantamento identificou um total de 251 publicações. Para cada postagem, registraram-se as seguintes informações: data de publicação; título

(quando presente); tipo de publicação (*post* ou *reels*); legenda; natureza da ação externa; detalhamento temático (dependente da natureza da publicação); países, regiões ou organizações internacionais mencionados; e número de curtidas; número de visualizações. Considerando as diferentes áreas de atuação do MRE (2025) e as postagens realizadas no Instagram, a classificação das ações externas e seu detalhamento foram definidas conforme a tabela abaixo.

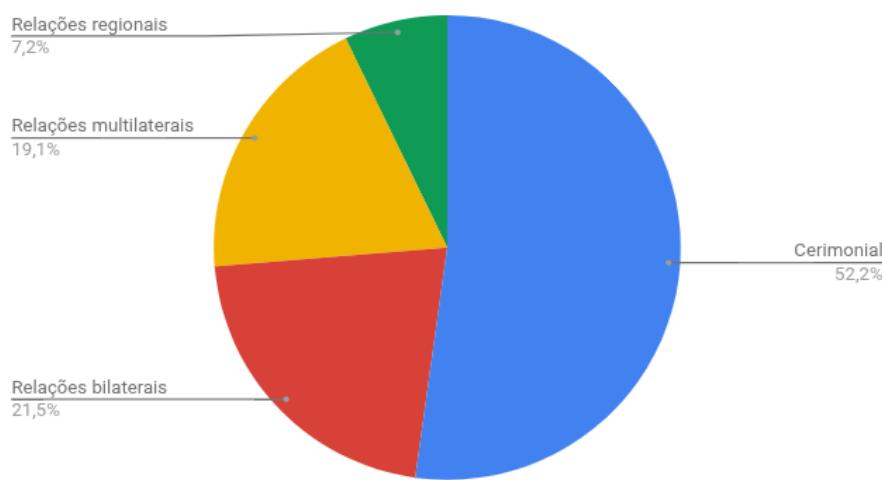
Tabela 1. Classificação das ações de política externa

Natureza das ações	Cerimonial	Relações bilaterais	Relações multilaterais	Relações regionais
Detalhamento	Carreira diplomática	Agenda bilateral	Mecanismos internacionais	Cooperação regional
	Comunidades brasileiras no exterior	Missão humanitária	OIs	OIs
	Condecorações	Missão humanitária		
	Coordenação com entes subnacionais	Visita oficial		
	Coordenação intraburocrática			
	Diplomacia cultural			
	Diplomacia de inovação			
	Diplomacia presidencial			
	Embaixadas e Consulados			
	Felicitações ou condôlencias			
	Políticas públicas			
	Posse em cargo			
	Seminários			

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do site oficial do Ministério das Relações Exteriores (www.gov.br/mre/pt-br).

A partir dessa categorização, verificou-se que, das 251 publicações, 131 enquadram-se na categoria ceremonial; 54 em relações bilaterais; 48 em relações multilaterais; e 18 em relações regionais, conforme demonstrado no Gráfico 1 a seguir.

Gráfico 1. Relação de publicações por natureza das ações de política externa

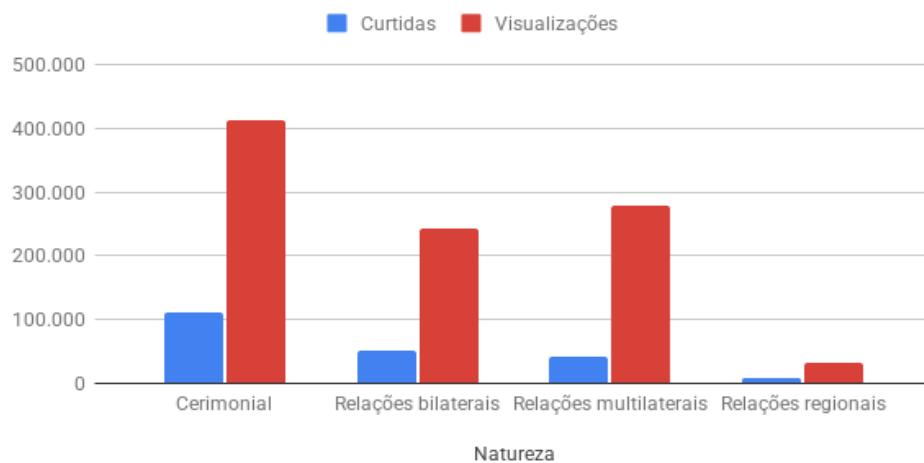


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do perfil @itamaratygovbr (2023).

Observou-se que as ações externas referentes ao ceremonial (52,2%) representaram mais da metade do conteúdo das publicações no primeiro ano de governo, destacando-se os conteúdos direcionados às comunidades brasileiras no exterior (14,7%), seguido da promoção de políticas públicas (11,2%) pelo

MRE. No que se refere ao engajamento, observou-se a seguinte distribuição de interações, considerando o total de curtidas e visualizações conforme o Gráfico 2. Considerando as categorias, o ceremonial teve o maior número de curtidas e visualizações em suas postagens. Entretanto, a publicação com o maior número de curtidas (6.580) foi a isenção recíproca de vistos de turismo entre Brasil e Japão, enquadrando-se como tema de agenda das relações bilaterais.

Gráfico 2. Relação de curtidas e visualizações por natureza das ações de política externa



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do perfil [@itamaratygovbr](#) (2023).

Além disso, o estudo indica também a necessidade de ampliar e diversificar a comunicação, de forma a engajar públicos diversos e fomentar um diálogo mais interativo, como proposto pela diplomacia 2.0 (GILBOA, 2016). Tal ampliação é relevante para fortalecer a diplomacia pública digital como um instrumento que ultrapassa a mera divulgação de informações e aproxima o público das ações de política externa brasileira.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do perfil institucional do MRE no Instagram durante o ano de 2023 demonstra dados importantes sobre o uso da plataforma como ferramenta de promoção da diplomacia pública digital. Observou-se que, apesar da diversidade temática das publicações, há predominância de postagens ceremoniais, sugerindo que o público da rede social valoriza conteúdos que reforçam a imagem institucional e a interação com o Itamaraty.

Ao utilizar dessa rede social, caracterizada pelo predomínio de conteúdos acessados por uma diversidade de usuários ativos, o Itamaraty busca aumentar a transparência e divulgar ações e eventos relevantes de política externa brasileira, fortalecendo a imagem do Brasil no exterior, bem como publicizar as principais diretrizes ou metas da política externa em cada governo.

Por fim, a experiência de desenvolvimento deste estudo foi de significativa importância tanto em termos acadêmicos quanto pessoais. Ademais, o contato

com dados atuais aproximou-nos das dinâmicas da política externa brasileira, evidenciando não apenas os interesses do governo vigente, mas também como a população interage com tais ações. Esse mapeamento contribuiu para o desenvolvimento de competências e habilidades previstas nas Diretrizes Curriculares nacionais (DCN) do curso de Relações Internacionais (BRASIL, 2017), como a utilização de métodos qualitativos e quantitativos para análise de fenômenos contemporâneos e a integração entre teoria e prática na compreensão da inserção brasileira no cenário internacional.

Acredita-se que ainda há espaço de análise da diplomacia pública do Itamaraty, principalmente, em virtude da tendência de horizontalização da política externa, da transparência de informações de instituições governamentais na internet e do rápido acesso à informação na era digital.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Resolução CNE/CES nº 4, de 4 de outubro de 2017.** Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/cne/normas-classificadas-por-assunto/diretrizes-curriculares-cursos-de-graduacao>. Acesso em: 11 de ago. de 2025.

GILBOA, Eytan. **Digital Diplomacy**. In: CONSTANTINOU, KERR, SHARP, (2016). Cap. 44.

MELISSEN, J. **New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations**. [S. I.]: Palgrave Macmillan, 2005.

MIORANDO, Bernardo Sfredo. **Diplomacia pública no Brasil: estudo sobre a imagem internacional brasileira**. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso, Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

VILLANOVA, Carlos Luís Duarte. **Diplomacia pública e imagem do Brasil no século XXI**. Curso de Altos Estudos, FUNAG, 2017.