



La comunicación legislativa digital antes y después de la pandemia: producción audiovisual, agenda institucional e intensificación de contenidos

Digital communication before and after the COVID pandemic: audiovisual production, institutional agenda and more public content

La communication législative numérique avant et après la pandémie : production audiovisuelle, agenda institutionnel et intensification des contenus

Revista	Cubun
Fecha de recepción	2023-09-10
Fecha de aprobación	2023-10-5
Filiación institucional	Universidad Federal de Paraná, Brasil
Palabras clave	Parlamento digital, Redes sociales, Covid-19.
Cómo citar	Andressa de Oliveira, Paula y Goulart Massuchin, Michele (2024) La comunicación legislativa digital antes y después de la pandemia: producción audiovisual, agenda institucional e intensificación de contenidos. <i>Revista Cubun</i> , 1(6), pp. doi:

Resumen

Durante la pandemia de COVID-19, el uso de herramientas digitales por parte de las instituciones parlamentarias se hizo más popular. Sin embargo, podemos observar resistencias al uso de herramientas digitales o una estructura menos técnica, especialmente a nivel local. De esta manera, este artículo discute cómo las legislaturas municipales, en el Estado de Paraná, en Brasil, migraron a Facebook durante la pandemia de COVID-19. El documento también compara las estrategias adoptadas en cinco perfiles - Curitiba, Matinhos, Pato Branco, Guarapuava y Palotina - entre 2019 y 2022.

Palabras clave: Parlamento digital, Redes sociales, Covid-19.

Abstract

During the COVID-19 pandemic, the use of digital tools by parliamentary institutions became more popular. However, we can observe resistance to the use of digital tools or a less technical structure, especially at the local level. In this way, this article discusses how municipal legislatures, in the State of Paraná, in Brazil, migrated to Facebook during the COVID-19 pandemic. The document also compares the strategies adopted in five profiles – Curitiba, Matinhos, Pato Branco, Guarapuava and Palotina – between 2019 and 2022.

Key words: Digital Parliament, Social Media, Covid-19.

Abstrait

Pendant la pandémie de COVID-19, l'utilisation d'outils numériques par les institutions parlementaires s'est popularisée. Cependant, on peut observer des résistances à l'utilisation d'outils numériques ou à une structure moins technique, notamment au niveau local. De cette façon, cet article explique comment les législatures municipales, dans l'État du Paraná, au Brésil, ont migré vers Facebook pendant la pandémie de COVID-19. Le document compare également

les stratégies adoptées dans cinq profils – Curitiba, Matinhos, Pato Branco, Guarapuava et Palotina – entre 2019 et 2022.

Key words: Parlement numérique, médias sociaux, Covid-19.

Borrador

La comunicación legislativa digital antes y después de la pandemia: producción audiovisual, agenda institucional e intensificación de contenidos

Paula Andressa de Oliveira¹

Michele Goulart Massuchin²

Introducción

El uso de herramientas digitales por parte de las instituciones parlamentarias no es nuevo en el escenario brasileño ni en el internacional. Los estudios muestran parlamentos que están cada vez más insertos en el entorno digital en varios países (Campos-Domínguez, 2011; Leston-Bandeira, Bender, 2013; Leston-Bandeira, 2020; Mitozo; Marques, 2019). A pesar de que existen variaciones, especialmente en lo que se refiere al alcance de cada legislatura – nacional, estatal y municipal – la investigación muestra que incluso a nivel local se han implementado prácticas para el uso de la comunicación (Oliveira, 2020), lo que se relaciona no solo con la necesidad de servir a los representantes y ciudadanos, sino de mejorar la imagen de dichas instituciones. En Brasil, a partir de las experiencias con la televisión, la comunicación parlamentaria ha cobrado cada vez más relevancia como forma de mediación entre la esfera política y los ciudadanos (Barros, Bernardes, 2007; Barros et al, 2014).

¹ Universidad Federal de Paraná, Brasil. paulaandreolioliveira@gmail.com / <https://orcid.org/0000-0001-5568-1139>

² Universidad Federal de Paraná, Brasil. mimassuchin@gmail.com / <https://orcid.org/0000-0001-7918-4487>

Además, el interés por la comunicación va desde el de la propia institución (Bernardes, 2012) y se extiende a los cargos electos que también comienzan a ocupar las redes sociales (Marques et al, 2014). Así, la popularización de las últimas dos décadas se intensificó con la pandemia de COVID-19, a partir de 2020, debido a las medidas de aislamiento adoptadas para contener el contagio por el virus (Mitozo, 2020; Braga; Wisse, 2021). Iniciativas como el voto en línea, el sistema de deliberación a distancia, la transmisión de sesiones y el uso más intenso de las redes sociales son ejemplos de acciones que han cobrado protagonismo al menos a nivel nacional y, en cierta medida, en los estados (Mitozo et al, 2021).

En Brasil, el Congreso Nacional fue un ejemplo del uso de lo digital para el trabajo parlamentario a distancia. Sin embargo, si bien los parlamentos a nivel federal han recurrido rápidamente a las tecnologías para implementar acciones que contribuyan a enfrentar la pandemia y mantener las acciones legislativas, esta velocidad para resolver problemas desde las tecnologías digitales no parece haberse dado con la misma intensidad en otros ámbitos (Aneas et al, 2021). Así, este artículo propone un fragmento referido a las legislaturas locales y busca comprender cómo se han insertado y cambiado la forma en que articulan las prácticas comunicacionales en el contexto de la pandemia.

El objeto de estudio son las páginas de Facebook y los planes de investigación para discutir la comunicación legislativa antes y después del escenario COVID-19, a partir del escenario referente al estado de Paraná, en Brasil, que cuenta con 399 Cámaras en total de sus municipios. Para posibilitar la investigación empírica, por lo tanto, se definió mediante el mapeo de Facebook, la red social más utilizada en Brasil (Digital News Report, 2021), proponiendo observar la presencia en línea de los Municipios de Paraná. La encuesta se divide en dos momentos: (1) se mide la inserción de los 399 parlamentos en el entorno digital, teniendo como indicador su

presencia en Facebook antes y después de la pandemia (2019 y 2021); (2) y, posteriormente, se comparan las características de los contenidos publicados en los dos periodos desde cinco Cámaras, distribuidas regionalmente. La técnica de investigación utilizada es el análisis de contenido, con un sesgo cuantitativo, y en el siguiente tema se discuten de manera más detallada los procedimientos metodológicos.

Enfoque metodológico

El artículo busca presentar un análisis no solo de la presencia o ausencia en el entorno digital de las Cámaras de Paraná, sino también de la forma en que esta inserción se da en cada período, antes y después de la pandemia. Así, inicialmente se busca verificar cuantitativamente, a partir del monitoreo de las redes, la inserción de las Cámaras de los 399 municipios en Facebook. Con esto, es posible ver si hubo -también a nivel municipal- una expansión de la comunicación digital como resultado del contexto de pandemia. Posteriormente, para la observación específica de las características de uso, se definieron cinco municipios – Curitiba, Matinhos, Pato Branco, Guarapuava y Palotina – considerando las subregiones del estado y también el tamaño.

Esta observación sistematizada de la comunicación que hacen las cinco páginas se basa en el Análisis de Contenido (Bauer, 2002), a partir de un libro de codificación (Sampaio; Licarião, 2019) que considera los siguientes elementos: formato, temas y estrategias de participación, transparencia y rendición de cuentas. La encuesta consideró aquellas Cámaras que ya estaban activas en la red social antes de la pandemia de COVID-19 y tuvieron una producción constante de contenido también en 2019, lo que permite la comparación.

El texto busca poner a prueba dos hipótesis, la primera de las cuales (1) aboga por aumentar la presencia de las legislaturas locales en el entorno digital. Es decir, aunque de una manera diferente y más lenta, los Ayuntamientos se insertan en las redes sociales. La segunda hipótesis

(2) plantea que hay cambios en la forma de uso de las legislaturas al comparar el periodo de pandemia con el momento anterior, con un mayor uso de mecanismos que permiten la participación -como la vida de las sesiones- y la transparencia -con una mayor presencia de contenidos en la agenda institucional-. Así, buscamos respuestas no solo sobre el aumento cuantitativo del uso, sino también sobre las diferencias en las estrategias empleadas antes y después del inicio de la pandemia por los legisladores que ya utilizan las redes sociales.

La observación tiene en cuenta 60 días de uso de la red en 2019 (octubre y noviembre) y otros 60 días de uso en 2022 (junio y julio), con el objetivo de contenido de muestra reciente. La recolección de datos se realizó de forma manual y fue realizada por un solo investigador en ambos momentos. En total, en 2019 se categorizaron 264 puestos y en 2022, 306.

Análisis de datos y resultados

Intensidad de contenido

Oliveira (2019), en un mapeo realizado en Paraná, muestra que, de los 399 municipios, 130 tenían perfiles activos en Facebook en 2019, lo que equivale a un tercio de las cámaras legislativas del estado (32%). El escenario de la pandemia, sin embargo, cambió ligeramente las estadísticas: a finales de 2020, 178 municipios tenían perfil en la red, alcanzando el 44% del total.

En 2022, se observa que 251 municipios actúan efectivamente en sus fanpages. Así, este resultado inicial indica un aumento del uso entre 2019 y 2022, lo que lleva a confirmar la primera hipótesis de la investigación que defendía la mayor presencia de las legislaturas locales en el entorno digital. Cabe señalar, sin embargo, que nueve perfiles que estaban activos en 2019 pasaron a estar inactivos o fueron excluidos, lo que demuestra -aunque de forma minoritaria- un proceso inverso, pero que también puede estar relacionado con la ausencia de funcionarios o con dinámicas

políticas que involucran la comunicación de los parlamentos locales y dificultan una relación continua con los ciudadanos (Massuchin, Oliveira, 2021).

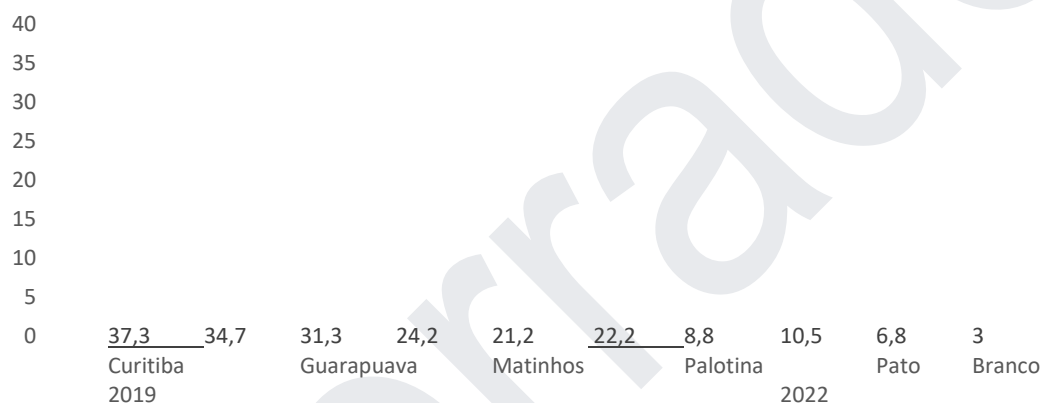
En cuanto a las diferencias entre los municipios del estado, se destaca que entre los más grandes -con más de 50 mil habitantes- se encuentran 37 legislaturas conectadas por las RSD. Mientras que en 2019 solo 27 estaban en la plataforma, en el periodo pospandemia solo tres aún no han creado fanpages. En cuanto a los municipios más pequeños, también hubo una gran migración. Como ejemplo, se citan la Cámara de Nova Aliança do Ivaí (1,5 mil habitantes), Esperança Nova (1,8 mil), Anahy (2,9 mil) y Adrianópolis (5,9 mil). Pero el caso más emblemático tiene lugar en la Cámara de Sertaneja, un municipio con 5.216 habitantes en el interior de Paraná, que apuesta de manera relevante por las transmisiones de sesiones ordinarias en Facebook.

De acuerdo con Faria y Rehbein (2016), la crisis de representación es un hallazgo en el escenario político actual. Y los parlamentos no se quedan fuera. Una forma de mitigar este escenario se puede encontrar en el uso de herramientas que promuevan la transparencia, la rendición de cuentas y también la participación. Esto sucede, sobre todo, a partir de la creación de contenidos que permitan una mejor comprensión del funcionamiento de las Cámaras Legislativas (BRAGA; MITOZO; TADRA, 2016). Por lo tanto, observamos las formas de uso en las que esto ocurre entre 2019 y 2022, más específicamente, en cinco Cámaras.

De acuerdo con la siguiente tabla, la legislatura municipal que más publicó en cada período es distinta. Esto se debe a que, en 2019, la frecuencia en la que Curitiba utilizó la red se destacó en comparación con las otras Casas, con el 31,3% del total recaudado. Aun considerando que la frecuencia de un año a otro también aumentó, con 41 publicaciones más en 2022, la capital de Paraná aún mostró una disminución, cayendo a 65 publicaciones totales en la nueva observación. En 2022, Palotina toma la delantera con el 37,3% del total evaluado (306 publicaciones). A partir

de las publicaciones analizadas en esta Cámara, es posible observar una alta inversión de esta legislatura en la promoción de videos producidos, los cuales consisten en recortes de sesiones ordinarias a partir de la extracción de comentarios de los concejales. Es decir, hay una estrategia de enfatizar los discursos de los parlamentarios en la tribuna, así como presentar la visión del presidente defendiendo una nominación o evaluando la reunión. Es decir, existen diferentes posibilidades pensadas para ofrecer contenidos a los ciudadanos. Curitiba, por su parte, centra sus publicaciones especialmente en audiencias públicas, reuniones ordinarias y noticias presupuestarias, con poco énfasis en los concejales.

Graf 1 – Porcentaje de publicaciones entre 2019 y 2022



Fuente: Autores, 2022.

En la misma estela de Curitiba, el parlamento de Pato Branco también tuvo una caída en las publicaciones de un año a otro. Mientras que en 2019 había 92 puestos (34,7% del total), en 2022 la frecuencia bajó a 68 (22,2%). Las formas de las publicaciones se mantuvieron similares, con noticias divididas en textos y enlaces, algunas publicaciones con fotos y textos y tarjetas producidas. Por otro lado, las Cámaras de Matinhos y Guarapuava están en línea con el concepto planteado por Margetts (2011), enfatizando la necesidad de hacer que la institución sea más transparente y monitoreada por los ciudadanos, lo que ocurre principalmente a través de la

provisión de información que involucra la creación de contenidos. Guarapuava pasó de 3,0% de publicaciones en 2019 a 8,8% en 2022. Aunque el porcentaje no muestra un incremento considerable en comparación con otras Cámaras, el formato de las publicaciones es el que más llama la atención, ya que se ha pasado de la simple convocatoria de sesiones ordinarias y vidas de reuniones a publicaciones más elaboradas. A modo de ejemplo, la divulgación de los proyectos de resolución aprobados³, las agendas debatidas en la sesión⁴ y la agenda de los concejales⁵, creando una mayor dimensión en el desempeño legislativo y parlamentario. Asimismo, la legislatura de Matinhos pasó del 6,8% de las publicaciones en 2019 al 10,5% en 2022.

Al igual que con Guarapuava, a pesar del modesto aumento, el punto positivo en el aumento de las publicaciones es su formato, que ya no es solo enlaces a producciones más avanzadas como avisos de sesiones⁶, participación de concejales en eventos⁷ y visitas comunitarias al parlamento⁸, por nombrar algunos. Esta Cámara tampoco renunció a las sesiones ordinarias, haciendo uso del recurso semanalmente.

³ Cámara de Guarapuava. Disponible en:

<https://www.facebook.com/CamaraGuarapuava/posts/pfbid02DsDpubNKwC4aiBPK3hswiUZLp8pc7oeSY3kEazsqj7Rw7KH5Q2Ks4nvUVZhLjizsl>

⁴ Cámara de Guarapuava. Disponible en:

<https://www.facebook.com/CamaraGuarapuava/posts/pfbid034Fp4AifNGMPbhQRzK32aN4uhxF4nhaGDqLxgDZCJbZBXbeqhGyCJEzXEywpoY2I>

<https://www.facebook.com/CamaraGuarapuava/posts/pfbid02iv1Hzv2Q41Qtewf8nLLCW4JP5xxbe253aqxv8t6K9XPGogm426MHwxNZUsgk2MUgl>

⁵ Cámara de Guarapuava. Disponible en:

<https://www.facebook.com/CamaraGuarapuava/posts/pfbid02jF1ScBMBb6cj3STCQTzxeo5nGa8qqDN2GcSBLPeiHiaTLqvDC9TbjMfJMZwtRk9Gf>

⁶ Cámara de Matinhos. Disponible en:

<https://www.facebook.com/camaramatinhos/posts/pfbid02BDzwQ1qRbHf3gfsipCeBbaR4D31za5NpU3BNecqGW7jeEkqWPHCBcXJdziPudzqol>

⁷ Cámara de Matinhos. Disponible en:

<https://www.facebook.com/camaramatinhos/posts/pfbid02ej1jFyjrRyEcvzMp84mffBVHDkxZ7vmjuVpQeD8ayYr7Ar4gpzBAFceCvrApWv5TI>

⁸ Cámara de Matinhos. Disponible en:

<https://www.facebook.com/camaramatinhos/posts/pfbid02VjRez38EY4LPJRB7xtbtSpeQtGYCJ9SVt8nXBRHVZ2TKiyN131Xt242qCCsrhTfI>

Formato, elementos del mensaje y alcance

También se analiza la forma de las publicaciones a partir de ocho categorías, creadas para observar qué tipos de publicaciones fueron realizadas por los cinco parlamentos. En directo de las sesiones se consideran las retransmisiones de las sesiones ordinarias o extraordinarias en tiempo real. Pensando en la profesionalización, este es el tipo de contenido que puede ser producido mínimamente por un celular con acceso a internet, hasta transmisiones profesionales realizadas por empresas tercerizadas, o por equipos propios que conforman los departamentos de las Casas. De acuerdo con los datos, debido a la relevancia del formato -que permite a los ciudadanos seguir los principales debates en tiempo real- la frecuencia de este tipo de publicaciones destacó en 2019, antes de la pandemia.

Esto se debe a que, antes de este período, muchas de las legislaturas utilizaban el formato principalmente para comunicarse con el público, especialmente pensando en las sesiones ordinarias. La práctica sugería, incluso antes de la crisis de salud pública, un aumento de las transmisiones en vivo entre los parlamentos municipales del país y con mayor calidad de audio y video. Esto ha llevado a una alta inversión en otros modos de difusión, como el aumento de los videos producidos por equipos especializados (del 8,3% al 21,9%) y en la publicación de enlaces, que pasó del 9,1% en 2019 al 23,5% en 2022. Este último formato, en el caso de Palotina, fue llevado al sitio web de la Cámara, mientras que Matinhos utilizó los enlaces para transmitir sesiones o audiencias públicas directamente desde YouTube.

Gráf. 2 -Percentual de uso de formatos entre 2019 e 2022

30
24,9
25
23,5
21,9
22,6
21,6

20	
19,2	
15	
12,7	
11,4	
11,7	
10	
8,3	
9,1	
5	
1,9	
0,40,3	
1,5	
0	
0,4	
0	
2019	2022

Fuente: autoras, 2022.

Los datos también apuntan a un aumento considerable de las vidas en general, cuando la transmisión en vivo es de un parlamentario comentando la sesión, un homenaje o audiencias, por ejemplo. Entre las legislaturas analizadas, la Cámara de Curitiba fue la que más adoptó las audiencias públicas en vivo en 2022. Esto puede indicar un incentivo del parlamento para mantener la participación popular durante las reuniones, incluso con las medidas de restricción. Las imágenes/cartas han caído en desgracia. El formato está representado por materiales visuales producidos para las publicaciones. Por otro lado, las fotos y el texto también aparecen en los números que menos publicaciones obtuvieron en la comparación. Solo el texto aparece de forma dispersa. Las fotos y las encuestas no aparecieron en 2022.

La siguiente variable considera los elementos del mensaje, mecanismos que facilitan la búsqueda de ciertas palabras o amplían la distribución del contenido, aumentando el engagement (Menezes; Costa, 2015). En 2019, la aparición de enlaces internos destaca en el 81,8% de las publicaciones. Los enlaces, externos o internos, son la posibilidad de que el público acceda a un determinado contenido completo del parlamento, dirigiendo en general a la página web de la alcaldía, portales periodísticos y del gobierno estatal. En 2022, la categoría de enlaces internos -

que suele llevar a la página web de la Cámara- disminuyó considerablemente (26,1% de los casos). También hubo una caída en el etiquetado de personas, pero el uso de hashtags (del 6,8% al 44,6%) y los enlaces externos (del 4,5% al 19,6%) crecieron en 2022. Los emoticonos, por su parte, se mantuvieron similares (del 35,6% al 34,8%).

La siguiente variable, denominada integralidad, determina si las publicaciones son internas a la Cámara, de contenido local y regional (del estado), mientras que la nacional se relaciona con temáticas nacionales, ver iniciativas como Septiembre Amarillo y vacunaciones en general. En la encuesta, la categoría de contenido interno se destaca en ambos períodos. Antes de la pandemia había 223 puestos (84,2%) y 261 (85,3%) en la última encuesta. De acuerdo con Bernardes, Barros y Rodrigues (2015), las legislaturas están enfocadas en la agenda de procedimientos internos. Finalmente, observamos una de las variables más sustanciales para entender cómo ocurren y cuáles son las publicaciones que comúnmente realizan las instituciones:

"Temas/Procedimientos". Aquí, a pesar de no ser la más habitual en ambos periodos, una categoría se mantuvo destacada tanto en 2019 como en 2022: es la vida de las sesiones, que marcó un 19,6% (52 publicaciones) y un 19,9% (61 publicaciones) en las dos colecciones, respectivamente. Los datos son positivos si se considera que este mecanismo es percibido por la comunidad como la mejor y más sencilla oportunidad de cobrar a los representantes para tomar medidas para las políticas públicas (Oliveira, 2021) y, pensando en el contexto de la pandemia, asegura la continuidad de la participación popular, en vista de las medidas de aislamiento adoptadas. Dentro de Temas/procedimientos, también se destacó en ambos momentos la categoría acciones/procedimientos diarios de la casa (16,6% y 34,6%), con un aumento considerable en 2022, pasando de 44 puestos en 2019 a 106 en la segunda colección. Bernardes, Barros y Rodrigues (2015) señalan que parte de la aversión y descontento con las legislaturas proviene del

desconocimiento sobre temas básicos y sus funcionalidades. Así, la presentación de agendas y resumen de las sesiones, que definen básicamente la categoría de acciones diarias, ayudan a una mejor comprensión de las casas y de los asuntos en discusión.

La categoría de eventos/campañas disminuyó del 24,9% al 7,2%. Esto se puede justificar por el periodo de recogida, ya que los datos de 2019 se recogieron a finales de año, meses tradicionalmente marcados por acciones de salud pública como el Octubre Rosa y el Noviembre Azul. El deporte que no aparecía en la primera aproximación también es irrisorio en 2022 (0,3%). Otras categorías sin énfasis en las publicaciones en los dos períodos fueron Seguridad Pública (0,4% y 0,7%), Medio Ambiente (2,6% y 0,7%), Cultura (0,8% y 0,3%) y Agricultura (0,8% y 0,3%). La salud, que podría haber aumentado debido a la pandemia, pasó de 3,0% a 4,2% solamente.

Resultados: Rendición de cuentas, transparencia y proximidad

Las posibilidades de transparencia y rendición de cuentas en los espacios en línea también son relevantes para la formación de la imagen de la institución en la comunidad (Marques, 2014). Asociado a las posibilidades de interacción comunicativa que moviliza a la ciudadanía en torno a temas de interés para la vida social y política (Mainieri; Ribeiro, 2011), estos mecanismos se observan con el objetivo de analizar cómo tales elementos están presentes en la forma en que las cámaras analizadas utilizan Facebook y su formato en el contexto de la pandemia. En relación con ellos, se enumeraron 13 elementos para esta observación. Una vez más, la información interna sobre el parlamento se mantiene firme y constante de un análisis a otro. Tanto en 2019 (233 puestos) como en 2022 (277), la mayoría de las publicaciones se centraron en el contexto de la institución, yendo más allá de la transparencia obligatoria (Amorim, 2012). La información externa, en cambio, es minoritaria. Pero, más allá de la información interna de las casas, ser

transparente significa aplicar a la rutina de las organizaciones la toma de decisiones tomadas en abierto (Almada, 2017) y, según los datos observados, los municipios tienden a confiar en las transmisiones de las sesiones en vivo en ambos períodos (24,9% y 21,6%, respectivamente). El hecho atrae a los vecinos y los invita a participar, demostrando no solo un ejemplo de transparencia de los actos legislativos, sino también de cercanía con los actos de la cámara.

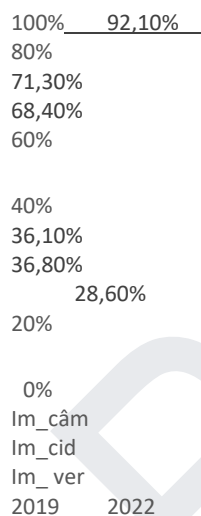
La divulgación de la agenda de la Cámara, considerando el carácter de servicio de la comunicación pública, ocurre en el 14,0% de los casos generales en 2019 y disminuye al 6,6% en 2022. Además de informar al público sobre futuros eventos, lo cual es importante para que la comunidad decida participar en los eventos, esta categoría es considerada un ejemplo de profesionalización (Oliveira, 2021). Esto se debe a que representan a una organización por parte de las asesorías que, en muchos casos, publican la agenda a través de eventos, artículos periodísticos o fichas producidas, presentando al público un plan de redes sociales. En el caso de la rendición de cuentas, pensando efectivamente en la aprobación de proyectos y el presupuesto gastado, por ejemplo, los porcentajes muestran mejoras en las Cámaras con el objetivo de poner en práctica acciones que dialogan directamente con la rendición de cuentas (1,5% en 2019 y 10,2% en 2022). Los proyectos presentados por los concejales también pasaron del 0,4% (1 puesto) al 8,9% (27 puestos).

Negativamente, tenemos información sobre la casa legislativa con una sola publicación en los dos años. Las acciones implementadas también fueron poco utilizadas, y no apareció en la encuesta de 2019 y en 2022 tiene el 1,0% de las publicaciones. La referencia a los procedimientos de la Cámara también es irrisoria (2,3% y 1,0% en el periodo pospandemia), a pesar de que implica contenidos educativos y gran parte de la población aún desconoce el funcionamiento de estas Casas (Silva; Cristophoulos, 2009).

Imagen y enfoque en el concejal

Muchas Cámaras confunden el trabajo institucional, básicamente, enfocando sus estrategias en la imagen del concejal, a pesar de que forma parte de las instituciones. En teoría, por tanto, la visibilidad que debería tener la Cámara prioriza al agente, algo que se puede observar en 2022. En 2019, mientras que la imagen del agente político (68,4%) está rezagada con respecto a la imagen del legislativo (71,3%), esta se revierte en el periodo pospandemia. En la encuesta más reciente, los concejales aparecen en 258 publicaciones de un total de 306, ya sea a través de vídeos o en imágenes publicadas. Y esto ocurre ya sea en sesiones ordinarias, presentando candidaturas a los servicios o incluso recibiendo visitas en el parlamento.

Graf 3 - Imagem dos vereadores x imagem da câmara e do cidadão



Fuente: Autoras, 2022.

Pero estos datos merecen una atención especial. Miola y Marques (2017), en un intento por definir la comunicación pública en su sesgo estratégico y democrático-normativo, destacan que, en una institución, existen iniciativas que pretenden contribuir a prácticas que acerquen a los ciudadanos a las instituciones, aumentando la transparencia y la rendición de cuentas, mientras que por otro lado existe una dimensión estratégica de la comunicación institucional, que implica

el uso de una política de imagen personalizada. Así, el uso reiterado de la imagen de los concejales no representa necesariamente una promoción personal, sino parlamentos que prestan atención a la imagen del agente político de forma estratégica.

Así, es posible afirmar que, aunque los concejales están presentes, incluso más en 2022 que en 2019, la figura del parlamentario aparece en grandes cantidades, pues la actuación del agente político es intrínseca a la mayoría de los actos de la Cámara, como la presentación de proyectos e indicaciones que provienen, en las legislaturas municipales, exclusivamente de los concejales. Lo que buscamos decir, por tanto, es que, si bien existe una fuerte personalización de la comunicación, ocurriendo a través de una dirección de la imagen del agente político, sucede debido a la difusión de actos oficiales y, de alguna manera, marca principalmente la comunicación de las legislaturas locales, menos asociada a reglas institucionales o manuales de producción.

Por otro lado, en la frecuencia de citación de los concejales en el texto, con un nombre que se explica por sí mismo, el porcentaje de ausencia es más relevante. Y, según datos anteriores respecto a la imagen de los parlamentarios, ocurre especialmente en 2022. En 2019, hay una mayor ausencia de citación de agentes políticos en las publicaciones. Una posibilidad es el hecho de que las Cámaras hayan invertido en diversas formas de presentar su trabajo al público en los dos años de pandemia, pasando de las sesiones ordinarias a otros mecanismos.

90

78,9

80

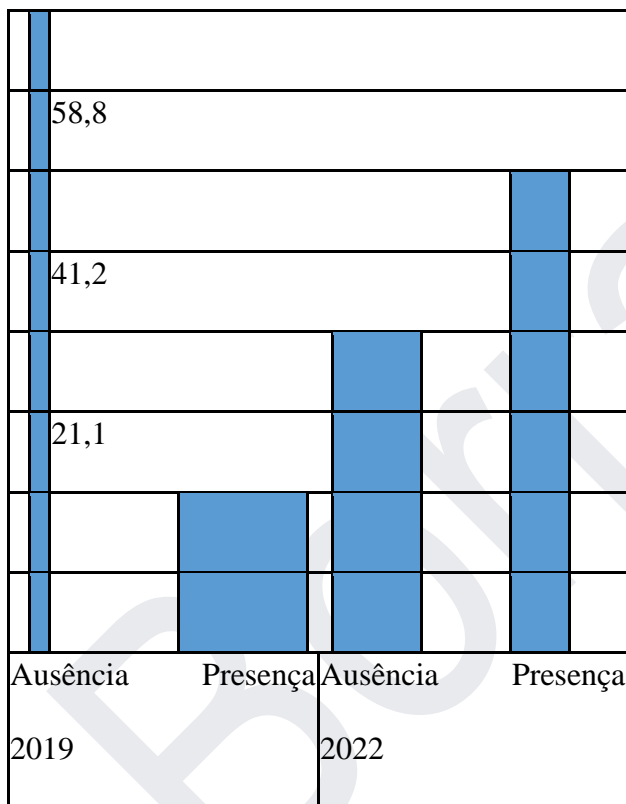
70

60

50

40
30
20
10
0

Graf 4 – Presença de citação dos vereadores



Autoras, 2022

La legislatura de Palotina es un buen ejemplo del uso de las redes más allá de las sesiones, ya que aumentó el ritmo de publicaciones apostando por los videoclippings con la palabra de los parlamentarios. Los materiales se extraen de las reuniones, y se publican al día siguiente de la sesión con el discurso realizado por cada concejal sobre los temas tratados. Guarapuava también

divulga los acontecimientos de la sesión, centrándose en fotos y textos con la presentación de los proyectos y acciones en general de los agentes políticos. Incluso Curitiba, que busca apoyo institucional, destaca a los consejeros que presiden las audiencias públicas o las reuniones de las comisiones.

Consideraciones

Con las páginas de Facebook como objeto de estudio, esta investigación discutió la comunicación legislativa antes y después del escenario de COVID-19, a partir del panorama sobre el estado de Paraná, en Brasil. Para posibilitar la investigación empírica, se definió mediante el mapeo de Facebook. Como primer resultado, se observa que, a pesar de las limitaciones de los parlamentos a nivel local, es innegable que la comunicación institucional tiende a ser cada vez más valorada, con un aumento del uso entre los dos periodos, lo que confirma H1. Por otro lado, como se observó en otros estudios (Mitozo et al, 2021), este proceso se distribuyó de manera desigual en los parlamentos.

En relación con H2, hubo un aumento en las transmisiones en vivo, pero no necesariamente en las sesiones. Además, no hubo un incremento en la agenda institucional, sino en la divulgación de otra información como el presupuesto, proyectos aprobados por los concejales e información sobre comisiones. Es decir, hubo un aumento de la transparencia y de la posibilidad de participación, pero no a través de los canales más tradicionales.

Otros resultados son relevantes a destacar, como el mayor enfoque en los concejales, que muestra la relación casi inseparable entre la Cámara y los representantes electos en el caso de los parlamentos locales. También se señalaron otros formatos que muestran profesionalización, como el uso de videos producidos. Finalmente, la investigación muestra una transformación posiblemente irrevocable, en la que la esfera política buscará cada vez más espacio en el entorno

online. Y, en este sentido, los parlamentos modernos se enfrentan al dilema de ampliar la digitalización de sus actividades, siguiendo el desarrollo de la sociedad.

Bibliografía

- ALMADA, María P (2017). Evaluación de la transparencia electrónica en los portales de los gobiernos nacionales: una comparación entre Brasil, Estados Unidos y el Reino Unido. Tesis doctoral. Programa de Posgrado en Comunicación y Cultura Contemporánea, Universidad Federal de Bahía.
- BARROS, Antonio T.; BERNARDES, Cristiane B.; RODRIGUES, Malena. (2014). Su discurso desde la fundación de los medios legislativos de la Cámara de Diputados. E-Legis, n.14, p.7-25. BAUER, M. Análisis de contenido clásico: una revisión. En: BAUER, M. W; GASKELL, G (org.). Investigación cualitativa con texto, imágenes y otros. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BRAGA, Sergio; SABIO, Fernando. (2021). Repertorios de acciones de dos parlamentos digitales brasileños durante la lucha contra la pandemia. E-Legis, p. 36-56.
- BERNARDES, Cristiane B. (2020). Uso de Twitter para la participación política: análisis de dos perfiles de las asambleas legislativas de la Región Sureste. Revista Compolítica, v. 10, p.5-48.
- LESTON-BANDEIRA, Cristina; BEND, David. (2013). ¿Hasta qué punto los parlamentos se están involucrando en las redes sociales? Política de Información, v.18, p. 281-297

- MAINIERI, T. y RIBEIRO, E.M. (2013). Comunicación Pública y Redes Sociales: posibilidades y limitaciones. *Acción mediática - Estudios de Comunicación, Sociedad y Cultura*, 6, 1-13.
- MARGETTS, Helen. (2011). Internet y la transparencia. *The Political Quarterly*, v. 82, n. 4, p. 518-521.
- MASSUCHIN, Michele G; OLIVEIRA, Paula A. (2022). Comunicación Pública de las Legislaturas Municipales Conectadas. *Anales de COMPÓS*.
- MITOZO, Isabele. (2020). El uso de sistemas deliberativos remotos por parte de las Asambleas Legislativas brasileñas durante la pandemia de Covid-19: características y perspectivas. *Revista Legislativo Paranaense*, Curitiba, p, 24-9.
- OLIVEIRA, Paula A. de. (2021). De Abatiá a Xambrê: un análisis del desempeño de dos legislaturas municipales de Paraná en Facebook. Tesis de Maestría – Universidad Federal de Paraná. Curitiba.