

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DESAFIOS DE PESQUISA: novas e velhas problemáticas que envolvem os estudos empíricos¹

PUBLIC COMMUNICATION AND RESEARCH CHALLENGES: emerging and persistent issues in empirical studies

Michele Goulart Massuchin²

Naiza Comel³

Renata Copatti Salvador⁴

Paula Andressa de Oliveira⁵

Resumo: *Este texto discute como as pesquisas em torno do conceito de Comunicação Pública são atravessadas por problemáticas que recaem no modo como são desenhados e desenvolvidos os estudos empíricos. Se, por um lado, trata-se de um conceito, por outro, há a possibilidade de sua materialização e, assim, a própria Comunicação Pública torna-se objeto de análise. Neste sentido, a discussão proposta centra-se em quatro eixos que reúnem as principais dificuldades e desafios quando há este movimento: a) disparidade entre a normatividade e amplitude conceitual versus a realidade brasileira; b) foco no uso de plataformas como locus da Comunicação Pública; c) acesso aos agentes públicos; d) ausência de memória institucional, perda de dados históricos e restrições no acesso à informação como fatores que limitam a realização das pesquisas. O debate apresenta as problemáticas identificadas, demonstra como elas implicam nas pesquisas realizadas na área e sugere perspectivas para contorná-las.*

Palavras-Chave: *Comunicação Pública. Pesquisa Empírica. Dificuldades e Desafios.*

Abstract: *This article discusses how research in Public Communication is shaped by challenges inherent in the design and conduct of empirical studies. Public Communication is primarily a conceptual construct, but it can also be materialized, becoming an object of analysis in itself. The discussion is structured around four key axes highlighting major difficulties and challenges: (a) the gap between conceptual frameworks and Brazilian reality; (b) focus on the use of platforms; (c) access to public agents; (d) lack of institutional memory, loss of historical data, and access to information as resources for research. The paper presents these issues, explores their implications for research in the field, and suggests potential strategies to address them.*

Keywords: *Public Communication. Empirical Research. Difficulties and Challenges.*

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Comunicação Organizacional do 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

² Universidade Federal do Paraná, doutora, mimassuchin@gmail.com.

³ Universidade Federal do Paraná, doutora, naizacomel@gmail.com.

⁴ Universidade Federal do Paraná, mestranda, renatacopattisalvador@gmail.com.

⁵ Universidade Federal do Paraná, doutoranda, paulaandreolioliveira@gmail.com.

1. Introdução

A Comunicação Pública, enquanto tema de interesse de pesquisa, ganhou ênfase nos últimos anos (MASSUCHIN et al., 2023). Trata-se de uma temática cara aos estudos em Comunicação dada a histórica relação entre políticos e meios de comunicação, especialmente ao longo da trajetória política brasileira (MATOS; GIL, 2013). Ou seja, faz sentido que, enquanto objeto de pesquisa, tenha um espaço relevante nos debates acadêmicos, já que, historicamente, parte importante – a Comunicação Pública de Estado – foi instrumentalizada por agentes políticos (MATOS; GIL, 2013; MIOLA; MARQUES, 2020).

Essa herança é bastante presente, levantando discussões ao longo do governo de Jair Bolsonaro (PAULINO et al., 2022). Os meios de serviço público, como a EBC, foram utilizados para fins políticos (PINHEIRO, 2021), o que também não se restringe necessariamente ao governo federal. Instituições públicas em âmbito local (MASSUCHIN; OLIVEIRA, 2025), assim como aquelas atreladas ao judiciário (VANZINI; ROTHBERG, 2016), pouco têm atendido aos interesses dos cidadãos. Além disso, a pandemia, as crises climáticas e de saúde pública mostraram como a Comunicação Pública atuou – ou deixou de atuar! (PINTO et al., 2020; PETRA et al., 2024; FERRARETTO, 2024) – como agente no combate à desinformação, evidenciando, ainda mais, a necessidade da estruturação de políticas públicas de comunicação (LEMOS; PINHEIRO, 2023).

Mas, se por um lado há reconhecimento da necessidade de discutir como a Comunicação Pública ocupa um espaço relevante no ecossistema midiático e nos fluxos de comunicação plataformizados, por outro, nota-se dificuldades no desenvolvimento de trabalhos empíricos que se ancoram nesta perspectiva teórica. Miola e Marques (2024), assim como Weber e Locatelli (2022), levantam alguns desses pontos, especialmente problematizando a normatividade conceitual. Porém, a essas ponderações, é possível adicionar outras, tanto relacionadas ao modo como se constitui tal conceito quanto à forma como o desenho de pesquisa é construído. Portanto, este texto se propõe a apontar - com base em quatro eixos estruturantes - as problemáticas identificadas, o modo como elas se refletem nas pesquisas realizadas e, por fim, sugere perspectivas de como ultrapassar tais desafios.

O primeiro eixo (I) parte de tensionamentos anteriores e discute a disparidade entre a normatividade que o conceito carrega e a realidade concreta. Neste aspecto, também são

abordados a multiplicidade de conceitos e como isso pode levar a uma aplicação em contextos e dinâmicas distantes ou equivocados. O segundo eixo (II) discute como as pesquisas têm direcionado o foco empírico para objetos digitais, em especial no uso das plataformas, e, sobretudo, observando tal fenômeno de forma pouco crítica. O debate sobre como a lógica da Comunicação Pública é sobreposta pela lógica das plataformas - essencialmente comercial - ganha pouco fôlego. Ao mesmo tempo, esta última é justificada com base na necessidade de que segui-la faz com que os próprios conteúdos possam circular sem perder visibilidade para outros agentes, ainda que isso possa recair na inversão de prioridades, importando mais o que entrega a plataforma em comparação àquilo que atende aos princípios da Comunicação Pública.

Os últimos dois eixos dizem respeito mais claramente à Comunicação Pública de Estado e aos objetos mais restritos a essa perspectiva analítica. Assim, o terceiro eixo (III) está relacionado com as dificuldades de acesso aos agentes públicos como sujeitos das pesquisas empíricas, os quais demonstram certo desinteresse em contribuir com as pesquisas, seja por ver nelas enviesamento ideológico ou por medo de represálias internas. Isso leva a uma abordagem cada vez mais baseada na análise de conteúdo e menos direcionada às perspectivas dos agentes que, para determinadas questões de pesquisa, são essencialmente relevantes. Por fim, o eixo quarto (IV) trata de problemas inerentes aos próprios conteúdos que servem como fontes para as pesquisas em Comunicação Pública que, por vezes, são perdidos ao longo do tempo em função de uma ausência de memória institucional ou, ainda, interesses políticos que inviabilizam a confiança nos dados disponibilizados. Essa ausência de dados inibe pesquisas longitudinais e comparadas.

2. Amplitude conceitual e normatividade *versus* delimitação e realidade analítica

A Comunicação Pública é marcada tanto pela diversidade conceitual – ou seja, o que pode ser entendido como tal – quanto por objetos variados – relacionados aos fenômenos – que podem ser observados desde esta perspectiva. O conceito tem sido apresentado a partir de distintas abordagens, a depender, inclusive, da origem desses objetos e da perspectiva dos autores. Duarte (2007, p. 3) considera que a Comunicação Pública diz respeito à “interação e ao fluxo de informação, relacionados a temas de interesse coletivo”. Tal definição simplifica o que pode ser entendido como tal, facilitando, em alguma medida, tanto a definição quanto a própria utilização do conceito. Menciona-se, ainda, que se ampliam enormemente as possibilidades de atores envolvidos e emissores de Comunicação Pública, com foco na ideia

de interesse público como norteador do conceito. Brandão (2009) e Kunsch (2013) tratam, por outro lado, de definir o conceito de Comunicação Pública a partir dos agentes emissores e dos subgrupos que a integram, abrangendo a comunicação científica até a do terceiro setor. Ou seja, determinam de alguma forma quem está apto para ser considerado como agente de Comunicação Pública, ainda que se centrem em um vasto grupo.

Quanto aos tipos de organizações das quais se podem extrair objetos de análise, têm-se instituições públicas, privadas, de mídia/jornalismo e do terceiro setor que são apresentadas como responsáveis por produzir comunicação pública. Kunsch (2013), por exemplo, elenca que o conceito pode ser compreendido a partir de quatro concepções básicas: comunicação estatal; comunicação da sociedade civil organizada que atua na esfera pública em defesa da coletividade; comunicação institucional dos órgãos públicos; e comunicação política, com foco mais nos partidos políticos e nas eleições. Brandão (2009) inclui ainda a Comunicação Pública relacionada às técnicas de comunicação organizacional e a identificada com a comunicação científica. Como se pode perceber, há diferentes conceitos e agentes que podem ser considerados partes interessadas na Comunicação Pública.

Há também a ideia de que as relações instituídas entre diferentes atores – da sociedade, do mercado e do Estado – formam redes de Comunicação Pública (WEBER; LOCATELLI, 2022) – o que recai na proposta de estudar a Comunicação Pública nas relações instituídas. Em função da inclusão de diferentes instituições que podem difundir Comunicação Pública, pode haver ramificações, tal como apresentam Miola e Marques (2024), ao discutirem especificamente a Comunicação Pública de Estado, mapeando canais, conteúdos e agentes inseridos sob tal arcabouço teórico.

Essa multiplicidade de abordagens associada à amplitude conceitual que ronda o termo demanda que a perspectiva adotada seja claramente indicada pelos pesquisadores a todo início de uma pesquisa. Ainda que a maior parte dos trabalhos empíricos se concentre na Comunicação Pública de Estado (MASSUCHIN et al., 2023), tal predominância não isenta o pesquisador de posicionar-se quanto à concepção adotada. Como apontam Miola e Marques (2024, p. 21), há dificuldades de “se estabelecer uma gramática mínima que permita um diálogo profícuo sem que, a cada nova investigação, os autores tenham de partir ‘do zero’ quando se referem ao termo em questão”. Nota-se também que a presença de poucos limites faz com que quase toda forma de comunicação possa ser definida como tal, o que leva ao debate sobre o que não seria, então, Comunicação Pública (ROTHBERG, 2020). Questiona-se, por exemplo,

até que ponto a comunicação de agentes políticos pode ser analisada a partir deste arcabouço conceitual sem que isso leve a um alargamento excessivo do cabimento das definições. Dada a diversidade de abordagens e da amplitude conceitual – pontos identificados por Massuchin et al. (2025) –, os trabalhos têm dificuldade em “observar as especificidades da Comunicação Pública que pudessem justamente [ser] aguçadas nos contextos analisados” (ROTHBERG, 2020, p. 262).

Essa necessidade de delimitação (e os debates teóricos que envolvem esse movimento de “retomada”) explica, em parte, a concentração em algumas obras, publicadas principalmente na primeira década dos anos 2000. Investigação sobre pesquisas sobre o tema em 10 anos (2013-2022), presentes em sete periódicos do país, demonstrou centralidade em determinadas reflexões teóricas (MASSUCHIN et al., 2025), a exemplo de “Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público”, de Jorge Duarte (2007, 2009, 2012); “Conceito de comunicação pública”, de Elizabeth Brandão (2009); e “Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública” (2011), também assinado por Jorge Duarte. A ênfase nestes autores pioneiros, entretanto, pode suprimir novas perspectivas, essenciais diante das mudanças que operam no cotidiano dos comunicadores públicos, a exemplo da necessidade de maior presença (e intensa produção) para redes sociais, assim como debates no âmbito digital e da desinformação (ROTHBERG, 2024). Infere-se que isso pode ocorrer, ainda, em virtude da mais intensa realização de pesquisas empíricas nos últimos anos (WEBER; LOCATELLI, 2022), que acabam por destinar menos espaço para a reflexão do conceito, concentrando-se unicamente em sua definição como ponto de partida. Não se trata, obviamente, de sugerir o apagamento destas referências centrais, mas de incluir (ou desenvolver) novos debates.

Ainda no campo conceitual, tem-se outro dilema: a ausência de uma definição clara sobre interesse público que se associa ao excesso de normatividade. Mesmo com uma multiplicidade de visões, um ponto de convergência entre diversos autores é esta ideia de interesse público (DUARTE, 2007; KOÇOUSKI, 2012; CARNIELLI, 2017; WEBER; LOCATELLI, 2022). Locatelli e colegas (2024, p. 66) indicam

um movimento de convergência em torno da noção de desenvolvimento da cidadania nas disputas na esfera pública que se constitui nas distintas comunicações produzidas por organizações do estado, do mercado, da mídia, da sociedade civil e dos cidadãos, em distintas mídias e plataformas, em torno de um tema de interesse público.

Nesse sentido, há, muitas vezes, dificuldade em apreender a perspectiva de interesse público que pesquisadores pretendem aplicar (MIOLA; MARQUES, 2024). Mas a aproximação dos conceitos se dá, essencialmente, por um desenvolvimento fortemente marcado por uma dimensão normativa, discussão enfatizada por Weber e Locatelli (2022), sobre como as pesquisas empíricas recaem na armadilha de comparar o “ser” (fático) e o “dever ser” (normativo). No que se refere à Comunicação Pública de Estado, por exemplo, Miola e Marques (2024) elencam como práticas normativas as de incentivo à participação, de melhoria de fluxos de informação e entrega de serviços e as que buscam ampliar a transparência e prestação de contas dos governos.

Quando esse ideal é confrontado com investigações empíricas, torna-se evidente que o uso do termo “Comunicação Pública” opera, em muitos casos, como uma categoria prescritiva mais do que descritiva – menos voltada a descrever práticas concretas e mais a enunciar um *dever-ser* normativo. A rotulação de determinadas ações como Comunicação Pública tende, assim, a obscurecer assimetrias de poder entre atores institucionais e públicos, limitações organizacionais (como a escassez de recursos humanos, técnicos e financeiros) e condicionantes político-administrativos que reorientam, na prática, os objetivos, os formatos e os alcances dessas iniciativas.

A centralidade desses princípios normativos contrasta com os achados recorrentes das pesquisas empíricas na área. Estudos que analisam práticas concretas de comunicação de governos e órgãos públicos mostram que, muitas vezes, a comunicação denominada “pública” se aproxima mais de estratégias informativas unidirecionais, de promoção institucional ou de gestão de imagem do que de processos comunicacionais orientados ao diálogo, à participação ou à deliberação pública (OLIVEIRA, 2024; COMEL; KNISS, 2023; MONTESSO JÚNIOR; CAMPOS, 2023).

Oliveira (2024), por exemplo, verificou, ao analisar a comunicação digital de câmaras municipais do Paraná, a preponderante utilização com foco em transmissão de sessões em legislativos com baixa presença digital; nas casas em que a produção foi mais intensa, por sua vez, houve forte presença dos vereadores, indicando uma personalização da comunicação. No âmbito federal, a análise da conta *SecomVc*, durante o mandato de Jair Bolsonaro, demonstrou uma defesa de pautas caras ao governo e ao grupo político do mandatário, com ênfase em temas econômicos, morais e religiosos, militares e críticas ao isolamento social em virtude da pandemia de Covid-19 (COMEL; KNISS, 2023).

Se, por um lado, podem mostrar as limitações da comunicação feita pelos diferentes emissores, por outro, a repetição dessa comparação baseada unicamente no viés da normatividade leva à ideia de que, então, não há Comunicação Pública. Considera-se que essa face do conceito pode ser útil para nortear a criação de indicadores analíticos assim como a prática cotidiana, mas que por si só não deve servir como modelo. Weber e Locatelli (2022), por exemplo, defendem que as pesquisas empíricas podem analisar as próprias conclusões à luz do normativo desejável e do fático percebido. Mais do que isso, o entendimento é de que é necessário compreender (e debater) que estes dois planos são acionados pelos atores envolvidos nos processos e reveladores de suas estratégias no jogo político. Entende-se, ainda, que uma observação que equilibra perspectiva fática é o que permite às pesquisas exatamente identificar as novas configurações e construções da comunicação das organizações (CARNIELLI, 2017). Estas têm, ademais, se deparado com processos e problemáticas – como a ênfase nas plataformas e o seu uso indiscriminado – que levam à remodelação do debate sobre a Comunicação Pública, como aborda-se na sequência.

3. Foco excessivo nas plataformas: tanto dos estudos quanto do setor público

O campo da Comunicação Pública no Brasil tem testemunhado uma crescente orientação de suas pesquisas empíricas para os objetos digitais, com um destaque notável para as plataformas de redes sociais (MASSUCHIN et al., 2023). Essa inclinação empírica é compreensível, dado o fenômeno da plataformização (POELL et al., 2020). Somam-se a isso o crescente uso dessas ferramentas como fonte de informação, seja por conta da linguagem mais informal, da possibilidade de participação política, de uma possibilidade de aproximação com os cidadãos, da mensuração do engajamento de determinadas iniciativas, o baixo custo e, até mesmo, a possibilidade de melhorar a confiança e satisfação dos cidadãos no setor público (PORUMBESCU, 2016; MIOLA; MARQUES, 2022; HARO-DE-ROSARIO et al., 2018; PEÑA-ROSELL; LIBAQUE-SAENZ, 2025).

As plataformas de mídias sociais têm servido como forma de ampliar o fluxo de informação sobre as distintas instâncias do setor público em diferentes contextos (LIMA, 2022; BERNARDES; MITOZO, 2025; URE, 2019). No caso do governo federal brasileiro, por exemplo, o próprio uso está delimitado no Manual de Publicação da SECOM (BRASIL, 2020). A lógica da desintermediação usada para justificar o uso das redes sociais por atores políticos e para caracterizar a comunicação contemporânea também pode ser usada para definir os

interesses das instituições que passam a chegar aos cidadãos sem necessariamente precisar dos meios tradicionais.

No entanto, a utilização dessas plataformas não necessariamente traz apenas vantagens às organizações. A própria presença das contas e de seguidores, por exemplo, não garante que haja participação (HARO-DE-ROSARIO et al., 2018). Mas, para além efetividade em termos de ofertar informação aos cidadãos, esse cenário da comunicação plaraformizada traz um dilema para a Comunicação Pública: a necessidade de alcançar visibilidade e engajamento – fundamentais para o desempenho nas plataformas digitais – pode incentivar o uso de formatos e linguagens populares que nem sempre são os mais apropriados ou que efetivamente conseguem levar a informação sobre prestação de contas, transparência e organização do setor público aos cidadãos. Por vezes, o próprio interesse público é suplantado por determinados formatos ou pela exigência de seguir uma *trend*, postar conteúdos com maior velocidade para garantir que a plataforma faça entregas sistematizadas para um maior número de servidores.

A atuação de órgãos estatais em plataformas como o TikTok, embora vise a ampliar o alcance da comunicação de interesse público, submete-se a dinâmicas que priorizam o entretenimento e a viralidade, muitas vezes em detrimento da profundidade informativa. A adaptação das instituições públicas a esse cenário impõe um volume significativo de trabalho e exige atenção permanente às tendências que orientam o formato e o tom do conteúdo digital. Um caso emblemático é o do Tribunal Regional Eleitoral do Paraná (TRE-PR), que ganhou destaque no TikTok ao explorar com eficiência trends de sons, músicas e formatos da plataforma, chegando a incorporar as populares “dancinhas”, protagonizadas por uma equipe jovem de estagiários da área de produção e até por desembargadores (LIMA, 2022). Embora a estratégia tenha sido bem-sucedida em termos de engajamento, com vídeos que alcançaram milhões de visualizações e centenas de milhares de curtidas, ela evidencia a elevada demanda por uma produção contínua de conteúdos capazes de articular entretenimento, educação e informação como condição para a manutenção da relevância institucional nas plataformas digitais.

Há conteúdos oriundos de instituições públicas que, por meio das plataformas, conseguem chegar a milhares de cidadãos – foi o caso da postagem sobre o PIX do Banco Central, em janeiro de 2024⁶, por exemplo –, porém, tratam-se mais de casos pontuais em meio

⁶ ver: <https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/desceu-pro-bc-banco-central-faz-post-bem-humorado-ironizando-boatos-sobre-o-pix/>. Acesso: 19 jan. 2026.

a usos indiscriminados das affordances disponibilizadas que, ao invés de contribuírem com a circulação de informações públicas, apenas seguem as tendências. Nesse contexto, a visibilidade dos conteúdos deixa de estar relacionada à sua relevância social ou utilidade pública (SMYRNAIOS; BAISNÉE, 2023) e passa a depender, principalmente, de sua capacidade de gerar engajamento – como curtidas, comentários e compartilhamentos. Esses indicadores alimentam os algoritmos das plataformas, que priorizam conteúdos capazes de manter o usuário ativo por mais tempo e exposto à publicidade.

Conforme Poell, Nieborg e Van Djick (2020), as plataformas podem ser entendidas como infraestruturas digitais programáveis que organizam e influenciam interações personalizadas entre usuários e outros atores, a partir de coleta contínua, processamento algorítmico e circulação de dados. Seu objetivo central não é promover o diálogo cívico ou o interesse público, mas transformar comportamentos em dados mensuráveis (dataficação) e, posteriormente, monetizá-los. Ou seja, essa lógica das plataformas, tipicamente comercial, parece estar desajustada aos objetivos das organizações públicas ao usarem as mídias sociais.

Além disso, a opacidade das plataformas (SANTINI et al., 2024) não permite que as próprias organizações compreendam como, com que frequência e para quais cidadãos tais conteúdos são entregues. Porém, para não perderem espaço e visibilidade, majoritariamente, entram neste espaço tendo como base as suas potencialidades. Neste sentido, a Comunicação Pública por natureza, produzida por instituições públicas, passa a depender exclusivamente de regras desconhecidas de organizações privadas para circular e chegar aos cidadãos.

Por fim, tem-se conteúdos que seguem as lógicas das plataformas, mesmo que isso possa gerar perdas à Comunicação Pública, além do uso de uma infraestrutura privada pouco transparente sobre a qual os governos têm pouco controle. Sem contar quando a própria inserção nas distintas plataformas não é acompanhada de estrutura adequada e um corpo de servidores para dar conta das novas e distintas demandas (como edição de vídeos, produção instantânea de conteúdos, entre outras). Isso gera uma sobrecarga de trabalho e é mais um exemplo de como a plataformização precariza o trabalho em comunicação (NICOLETTI; FIGARO, 2023).

Se por um lado essas problemáticas são visualizadas e tensionadas neste texto, por outro, isso não se estende à literatura que tem se dedicado aos estudos sobre uso de mídias digitais nas organizações. A pesquisa já avançou na análise do uso por órgãos e instituições públicas (MONTESSO JÚNIOR; CAMPOS, 2022; KNISS; MARQUES, 2021; BARROS;

MIOLA, 2015), porém tende a se concentrar nas estratégias adotadas, nos formatos de conteúdo ou nos efeitos da presença institucional nas plataformas digitais. Observa-se, portanto, uma lacuna relevante no que se refere a uma investigação mais aprofundada que tensione a maneira como as lógicas algorítmicas e os “imaginários de plataforma” (VAN ES; POELL, 2020) moldam as rotinas, as decisões editoriais e os critérios de visibilidade adotados pelos comunicadores públicos brasileiros em seu trabalho cotidiano. Ao deixar em segundo plano esses elementos, parte da produção acadêmica acaba por não capturar plenamente como as dinâmicas próprias das plataformas influenciam a Comunicação Pública desenvolvida pelas instituições.

4. Acesso aos agentes públicos

Se, por um lado, o fechamento de APIs e a opacidade têm dificultado a realização de pesquisas que focam no conteúdo de determinadas plataformas digitais (CHAGAS; DA-COSTA, 2023), além de constantemente alterar os objetos de pesquisa por impossibilidade de acessar aos dados, aquelas que lidam com sujeitos e dependem deles para a obtenção de informações também encontram empecilhos.

Fora das plataformas, as pesquisas que possuem como objeto sujeitos públicos – ou pertencentes às instituições públicas – também têm se deparado com dificuldade de acesso em vários níveis. Massuchin et al. (2023) mostram que nas pesquisas empíricas sobre Comunicação Pública que têm como foco os produtores (enquanto entrevistados ou respondentes de *surveys*, por exemplo) aparecem em um grupo restrito de trabalhos se comparado ao foco nos conteúdos em distintos suportes. Isso tem relação direta com as dificuldades de acesso aos agentes públicos.

O contato com sujeitos pesquisados – sejam eles comunicadores ou os próprios atores políticos – é atravessado, principalmente, por deficiências na estrutura de comunicação nas próprias organizações. Estudos sobre transparência municipal e funcionamento de ouvidorias legislativas destacam que, em cidades menores, é comum que estruturas mínimas acumulem múltiplas funções, resultando em baixa responsividade institucional e em dificuldades para manter atualizados os dispositivos de Comunicação Pública (LESSA; DEL BIANCO, 2022). Esses fatores explicam problemas encontrados na execução das pesquisas, como e-mails inativos, sites desatualizados e falta de padronização nos canais de contato.

Em muitos casos, embora existam canais oficiais divulgados, os e-mails institucionais retornam e inviabilizam qualquer forma de contato inicial para uma possível realização da pesquisa empírica. Mesmo quando são feitas tentativas de contato por meio das mídias digitais ou por telefone, há dificuldade de retorno. O próprio uso também varia conforme as organizações – as de menor porte tendem a concentrar sua presença digital no Facebook, enquanto o Instagram aparece com menor frequência ou uso mais limitado. Em diversos municípios, os números de telefone divulgados nos portais institucionais encontram-se desatualizados ou incompletos. Em outros casos, o número indicado como oficial direciona para contas pessoais de WhatsApp, sem qualquer vínculo claro com a instituição, exibindo imagens e nomes aleatórios. Esse tipo de inconsistência resalta as fragilidades básicas na manutenção dos canais oficiais de comunicação.

Considerando especialmente os municípios de pequeno porte, apesar de numericamente mais numerosos, por conta desses problemas permanecem sub-representados nas pesquisas. Conforme analisam Bernardes e Mitozo (2025), limitações de infraestrutura administrativa e de atualização tecnológica impactam diretamente a oferta de informações públicas e comprometem a acessibilidade das instituições, especialmente entre municípios menores, onde tais problemas tendem a ser mais frequentes e persistentes.

Desse modo, torna-se necessária uma logística complexa para inicialmente acessar os agentes – que, na sequência, podem sequer responder ao questionário ou aceitar participar das entrevistas. Ou seja, mesmo quando o contato é realizado, não há garantia de participação. Marques e Carneiro (2018) apontam que o acesso pode ser uma desvantagem do uso das entrevistas, o que os autores associam à falta de agenda dos sujeitos. Porém, outras duas explicações podem estar associadas: (1) a inexistência de profissionais concursados, o que inibe a participação nas pesquisas por medo de retaliações futuras, quando se trata de servidores; (2) a possibilidade de identificação quando há, por exemplo, apenas um possível respondente naquela instituição; (3) e a ausência de profissionais apropriados para atender à demanda da pesquisa.

Pode-se somar, ainda, diferenças na abertura para participar das pesquisas, o que tem relação com o posicionamento ideológico dos respondentes. Estudos apontam a maior resistência de pertencentes à ideologia da direita na participação em pesquisas acadêmicas (CHAGAS; DA-COSTA, 2023). E, em geral, os estudos têm enfrentado certa dificuldade relacionada à posição combativa às instituições de pesquisa em tempos de negacionismo.

Exemplo disso está relacionado à impossibilidade de observação participante em determinados contextos hostis, como grupos de conversação em redes sociais (OLIVEIRA, 2020) ou mesmo em aplicativos de mensagens que discutem política em redes sociais (CHAGAS; MASSUCHIN, 2022).

O percurso metodológico – quando se trata do acionamento de sujeitos – traz um conjunto de obstáculos, muitos deles associados às assimetrias estruturais que atravessam o funcionamento das instituições públicas no Brasil. As limitações enfrentadas não são apenas entraves operacionais e compõem parte do fenômeno investigado. A forma como as organizações públicas se comunicam – ou deixam de se comunicar – interfere diretamente na pesquisa e, simultaneamente, reforça debates acadêmicos sobre transparência, abertura institucional, capacidade estatal e desigualdade digital.

Tal problemática gera reflexos nas pesquisas sobre Comunicação Pública. Carlomagno (2015), ao pesquisar o funcionamento dos gabinetes parlamentares, aplicou um *survey* aos assessores parlamentares dos gabinetes da Câmara Federal e alcançou apenas 28% dos 513 gabinetes. Barros (2019), para traçar o perfil dos profissionais de comunicação da Câmara e do Senado, chegou a 52% dos respondentes. Barros et al. (2021), também no cenário nacional, ao estudar as estratégias de uso de plataformas de redes sociais, tiveram retorno de 30% dos 513 gabinetes. Oliveira (2021), ao trabalhar com entrevistas com equipes de comunicação de legislativos locais, relatou ter passado por desmarcações e contatos não retornados por parte de assessores de Câmaras Municipais. Duarte et al. (2023) também diagnosticaram um processo difícil para acessar agentes nas Assembleias Legislativas.

Também por essas questões, o uso da análise de conteúdo torna-se prioritário (MASSUCHIN et al., 2023). Vale mencionar que, apesar do enfoque dado aos dilemas de acesso aos agentes públicos, pesquisas em outras subáreas também têm priorizado a análise de conteúdo (TAVARES; MASSUCHIN, 2021). Há casos, ainda, em que os trabalhos finalizam apresentando uma agenda futura de trabalho na qual se inclui, por exemplo, a realização de entrevistas (KNISS, 2023), porém a execução dessa agenda poucas vezes possui continuidade ou é desenvolvida apropriadamente por outros pesquisadores, justamente em função da inacessibilidade. Por fim, há casos em que questões são forçadamente respondidas por meio da análise de conteúdo, ainda que não seja possível depreender certas conclusões.

Se considerarmos as distintas nuances e interesses da Comunicação Pública – em especial as interferências políticas – as quais Weber e Locatelli (2022, p. 03) definem como a

possibilidade de que o “Estado resvala para disputas simbólicas e políticas em torno de seus projetos” –, o cruzamento entre distintas abordagens torna-se fundamental para compreender a complexidade inerente a tal conceito quando observado na prática cotidiana, de forma bastante distinta do sentido normativo.

5. Memória institucional e acesso à informação como subsídios para as pesquisas

Quando os agentes são inacessíveis, a análise de conteúdos e documentos das organizações torna-se uma alternativa. Porém, nem sempre esse caminho é viável ou extremamente facilitado se for considerada a opacidade que paira sobre o Estado, seja em situações de normalidade (ALMADA et al., 2022) ou de conflito (LOCATELLI, 2023). Em distintas organizações, muitas vezes a opacidade é mais estratégica do que a própria visibilidade (SILVA; BALDISSERA, 2021). Neste sentido, o próprio movimento de “deixar-se ver”, associado à ideia de transparência (GOMES et al., 2018), é um caminho que corrobora (ou não!) as pesquisas em Comunicação Pública.

Uma primeira reflexão diz respeito ao desenvolvimento de pesquisas longitudinais na área de comunicação, ainda incipiente se comparado ao de estudos de curtos períodos. Para Meyers e Davidson (2025, p. 273), “dado que os fenômenos comunicativos são inerentemente processuais, a relativa escassez de uma perspectiva longitudinal representa uma lacuna evidente no estudo da comunicação”⁷. Esta realidade não é diferente ao filtrar as pesquisas sobre Comunicação Pública. Em parte, isso decorre de dificuldades práticas e metodológicas envolvidas na implementação de desenhos de investigações que possam capturar variações ao longo do tempo. No âmbito prático, pode-se citar as limitações de recursos financeiros e o tempo de execução – caso de desenvolvimento de pesquisas de mestrado e, em alguns casos, até mesmo de doutorado. Na questão metodológica, estudos longitudinais podem representar volume muito grande de dados, requerer modelos estatísticos complexos e/ou definição cuidadosa de intervalos de coleta.

No caso específico da Comunicação Pública de Estado, o pesquisador pode ainda enfrentar outro desafio: a perda (ou apagamento) de dados históricos em trocas de governo que inviabiliza tanto a perspectiva comparativa quanto a longitudinal. Luz (2021) verificou este apagamento nos arquivos referentes à comunicação governamental dos mandatos da presidenta

⁷ Do original: “Given that communicative phenomena are inherently processual, the relative scarcity of a longitudinal perspective is an evident lacuna in the study of communication.”

Dilma Rousseff (2011-2016). Um exemplo da investigação dá ideia do que isso representa: a busca pelo nome de Dilma empreendida em novembro de 2017 nas notícias do site do Planalto apresentava 208 resultados; seis meses depois, eram apenas 72. Luz (2021) defende a hipótese da Memória Comunicacional, entendida como a memória formada por produtos e atos da comunicação governamental – o que inclui, além das notícias, discursos, propagandas, entrevistas e outros. Para a pesquisadora, estes atos representam um período histórico, com características da política, da cultura e da própria sociabilidade. E para a pesquisa, representam dados empíricos que, ao serem invisibilizados, impedem que pesquisas robustas sejam realizadas.

A Memória Comunicacional compreende os diversos níveis (nacional, estadual e local) e, entende-se, também diferentes plataformas. Há, por exemplo, registros de problemas de continuidade na atualização de redes sociais de prefeituras quando mandatários anteriores se negam a repassar senhas para novos governos⁸. Problemas como este certamente são o que têm estimulado alguns governos a incluir o repasse destas senhas entre as boas práticas do uso das mídias sociais, como ocorreu na prefeitura de Navegantes (SC)⁹. No caso das redes sociais, além das pesquisas ficarem à mercê das plataformas, também são restringidas pela própria prática das organizações públicas. Aqui, defende-se, portanto, que garantir a Memória Comunicacional é, também, possibilitar a realização de pesquisas longitudinais. A ausência de dados certamente não apenas desestimula, mas, a depender de seu grau, impede a realização de estudos.

Nesse sentido, Luz (2022) também realizou um levantamento de bons exemplos internacionais de arquivamento de dados governamentais. À época, uma das referências era o caso norte-americano: “(...) o site oficial da Presidência dos Estados Unidos é arquivado na íntegra a cada troca presidencial, quando todos os conteúdos publicados pelos ex-presidentes permanecem disponíveis para consulta online e de forma permanente” (LUZ, 2022, p. 6). Poucos anos depois, entretanto, o país passa por um processo de apagamento de dados públicos sem precedentes pelo governo de Donald Trump, referentes a diversas áreas, como saúde,

⁸ Ver: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/pontopoder/em-apuiates-gestao-anterior-se-recusa-a-repassar-redes-sociais-da-prefeitura-informou-que-nada-seria-encaminhado-1.3603211> e <https://caxias.rs.gov.br/noticias/2020/08/rede-social-em-nome-da-prefeitura-de-caxias-e-usada-para-propaganda-eleitoral>. Acesso em 13 jan. 2026.

⁹ Disponível em: <https://navegantes.sc.gov.br/wp-content/uploads/2024/03/Manual-de-Boas-Praticas-2023-e-recomendacoes-em-midias-digitais.pdf>. Acesso em 13 jan. 2026.

mudanças climáticas e direitos da comunidade LGBTQIA+¹⁰. O Pentágono chegou a apagar artigos sobre o Holocausto e o 11 de Setembro¹¹. Mais recentemente, a Casa Branca também lançou uma página¹² que reinterpreta os fatos relacionados ao ataque ao Capitólio¹³. Esse exemplo reforça, ainda, como as pesquisas ficam à mercê da própria organização comunicada (BALDISSERA, 2009) que, neste caso, descreve como a Comunicação Pública é atravessada pelos interesses dos agentes públicos.

Na busca por informações, uma ferramenta jurídica tem sido importante para os pesquisadores: a Lei de Acesso à Informação (LAI) (Lei 12.527/2011). Em muitos casos, é por meio de pedidos de acesso à informação que dados essenciais ou complementares para as investigações são obtidos. Em algumas situações, é a única opção quando a transparência ativa não dá conta de suprir as necessidades nem do cidadão nem dos pesquisadores. Porém, mesmo o uso dessa ferramenta pode ter desafios. Entre 2012 e 2022, das respostas fornecidas acima do prazo legal de 30 dias pelo governo federal, 10,2% diziam respeito a pedidos de acesso realizados por pesquisadores (GONÇALVES; PAULINO, 2025). Apenas jornalistas tiveram um índice maior, de 13,2% (GONÇALVES; PAULINO, 2025). Gonçalves e Paulino (2025, p. 10) verificam ainda, por meio de entrevistas, que “órgãos do governo veem nos pedidos de jornalistas um potencial risco de exposição da informação”. Infere-se que este também pode ser o raciocínio no caso de pesquisadores.

Comel (2021), em um exemplo da dificuldade no âmbito municipal, buscou dados do número de servidores (e se eram efetivos ou comissionados) que atuavam na comunicação de 21 prefeituras do Sul do país – um pedido que pode ser considerado relativamente simples. Ainda que a grande parte das respostas tenha se dado no prazo, o pedido para a capital catarinense, Florianópolis, realizado em novembro de 2020, foi respondido apenas em agosto de 2022. Ou seja, além do pedido poder ser avaliado como um risco, o tempo de resposta pode inviabilizar a prática da pesquisa.

¹⁰ Ver: <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2025/03/cientistas-dos-ea-correm-para-salvar-dados-climaticos-antes-que-sejam-deletados-pelo-governo-trump.shtml> e <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2025/05/10/trump-mostra-que-quem-tem-o-poder-pode-reescrever-a-historia-diz-professor.htm>. Acesso em 13 jan. 2026.

¹¹ Ver: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/pentagono-apaga-artigos-sobre-holocausto-11-de-setembro-e-agressao-sexual/>. Acesso em 13 jan. 2026.

¹² Ver: <https://www.whitehouse.gov/j6/>. Acesso em 19 jan. 2026.

¹³ Ver: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2026/01/07/governo-trump-site-ataque-capitolio.ghtml>. Acesso em 19 jan. 2026.

6. Considerações finais

Este paper buscou ampliar um debate já iniciado por outros autores (WEBER; LOCATELLI, 2022; ROTHBERG, 2020; MIOLA; MARQUES, 2024; MASSUCHIN et al., 2022) a respeito das limitações e fragilidades pelas quais perpassam as pesquisas desenvolvidas a partir do conceito de Comunicação Pública. Ao mesmo tempo em que se nota uma expansão da área de pesquisa, depara-se com um amplo leque de problemáticas que atravessam as pesquisas. Se a literatura já vinha chamando a atenção para alguns problemas relacionados à normatividade e seus reflexos nas pesquisas empíricas, por outro, este texto busca adicionar ao debate novas questões.

A discussão é apresentada a partir de quatro eixos, sendo que o primeiro retoma o viés conceitual, reunindo as discussões já realizadas, demonstrando que a amplitude conceitual, o guarda-chuva do interesse público e a normatividade estão associados. Na sequência, o texto avança para uma segunda problemática que trata da sobreposição das plataformas como locus da Comunicação Pública, destacando a falta de criticismo no debate acadêmico e como as organizações, inclusive as públicas, têm priorizado a lógica das plataformas. Por último, há duas questões mais relacionadas à Comunicação Pública de Estado: as dificuldades de acesso aos sujeitos pesquisados quando estes são agentes públicos e, na sequência, a ausência de memória institucional e acesso à informação como subsídios para as pesquisas, o que limita a qualidade e robustez analítica.

Se por um lado o texto apresenta os problemas identificados e como eles se refletem nas pesquisas desenvolvidas na área, por outro, busca-se neste último tópico traçar algumas saídas para contorná-los. No que diz respeito ao âmbito teórico e conceitual, há dois caminhos: (a) investir em análises e discussões teóricas que resultem em reposicionamentos atualizados do conceito, respondendo a problemas recentes como a desinformação, a desconfiança institucional e até mesmo o uso de plataformas para fazer Comunicação Pública e (b) avançar na lógica analítica, deixando de comparar a realidade com indicadores excessivamente normativos em termos acadêmicos e deixando esse plano normativo para guiar o próprio trabalho cotidiano das organizações. Ou seja, não se trata de recusar o viés normativo, mas reposicioná-lo para conduzir – e servir como um tipo ideal – aos olhos dos comunicadores.

No que diz respeito ao acesso aos agentes públicos, interações com integrantes da ABCPública (Associação Brasileira de Comunicação Pública) e outros grupos que reúnem

servidores públicos, podem fazer com que haja mais manifestações de interesse em participar da pesquisa. Outra possibilidade é o uso da técnica *snowball* para ampliar a rede de sujeitos a partir de respondentes e contatos mais próximos. Vale destacar que esta técnica, por vezes, não viabiliza maior alcance e diversidade regional. Por fim, em relação ao último eixo, o texto mostra que programas históricos, recomendações e indicações de boas práticas podem não ser suficientes para garantir a preservação de dados, sendo necessário um caminho mais bem estabelecido em termos legislativos. No Brasil, por exemplo, está em tramitação o PL 2.431/2015, de autoria de Luizianne Lins (PT-CE), que visa proibir e criminalizar o apagamento de informações inseridas em sites oficiais brasileiros, considerando tais conteúdos como patrimônio público digital institucional. Porém, até o momento, não houve aprovação. Além disso, o PL não faz menção às contas em plataformas digitais, o que pode não dar conta de todas as dimensões da informação de ordem pública.

Referências

- ALMADA, M. et al. A transparência do Executivo Federal brasileiro: uma comparação entre os governos Dilma Rousseff e Jair Bolsonaro. **Opinião Pública**, v. 28, n. 1, p. 169-199, 2022.
- BALDISSERA, R. Comunicação organizacional na perspectiva da complexidade. **Organicom**, v. 6, n. 10-11, p. 115-120, 2009.
- BARROS, A. Political values of the journalists of the National Congress. **Intercom**, v. 42, p. 73-91, 2019.
- BARROS, A. et al. Do egocasting aos gabinetes digitais: o uso de lives, stories e podcasts pelos deputados federais brasileiros. **Contextualizaciones Latinoamericanas**, v. 2, n. 25, p. 7-23, 2021.
- BARROS, N.; MIOLA, E. Comunicação pública de Estado nas redes sociais: Uma análise do perfil do Governo de Sergipe no Twitter. In: **CONGRESSO DA COMPOLÍTICA**. Rio de Janeiro: PUC-Rio. p. 1-25. 2015.
- BERNARDES, C.; MITOZO, I. Communication in Parliaments: Information, Openness and Public Engagement in Brazil. **Más poder local**, n. 61, p. 73-84, 2025.
- BRANDÃO, E.. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 1-33.
- BRASIL. Secretaria Especial de Comunicação Social. Departamento de Conteúdo e Gestão de Canais Digitais. Manual de publicação. Versão 1.0. Brasília, DF: Secom, 2020. Disponível em: https://www.gov.br/governodigital/pt-br/legislacao/gov-br/gov_br_manual_de_publicacao.pdf. Acesso em: 19 jan. 2026.
- CARLOMAGNO, M. **Por dentro dos gabinetes: organização e profissionalização das assessorias parlamentares na comunicação em mídias sociais**. 2015. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Curitiba, 2015.
- CARNIELLI, F. Instituições e interesse público: os processos de comunicação pública como estratégia instituinte. **Organicom**, v. 14, n. 26, p. 64-75, 2017.

CHAGAS, V.; DA-COSTA, G. WhatsApp and transparency: an analysis on the effects of digital platforms' opacity in political communication research agendas in Brazil. **El Profesional de la Información**, v. 32, n. 2, p. 1-14, 2023.

CHAGAS, V.; MASSUCHIN, M. Repertórios e estratégias do ativismo digital de direita. In: TATAGIBA, Luciana et al. (org.). **Participação e ativismos: entre retrocessos e resistências**. 1. ed. São Paulo: Zouk, 2022. p. 207-232.

COMEL, N.; KNISS, A. “Para minimizar os danos do ‘fecha-tudo’”: a construção da imagem do governo Bolsonaro no Twitter da Secom. **Compolítica**, v. 13, n. 1, p. 5–30, 2023.

COMEL, N. **Transparência na casa do cidadão: uma avaliação dos websites de prefeituras da região sul do Brasil**. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2021.

DUARTE, J. et al. Desafios na gestão da comunicação em Assembleias Legislativas. In: BUENO, Wilson da Costa (org.). **O jornalismo na comunicação organizacional: temáticas emergentes**. São Paulo: JORCOM/Contexto Comunicação e Pesquisa, 2023. p. 91–114.

DUARTE, J. **Comunicação pública**. São Paulo: Atlas, p. 47-58, 2007.

FERRARETTO, L. Enchente no Rio Grande do Sul: o rádio ocupando o espaço de uma comunicação pública ineficiente. **Observatório da Comunicação Pública: textos e opiniões**. Porto Alegre: Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. 12 ago. 2024

GOMES, W.; AMORIM, P.; ALMADA, M. Novos desafios para a ideia de transparência pública. **E-Compós**, v. 21, n. 2, p. 1-19, 2018.

GONÇALVES, F.; PAULINO, F. **Lei de Acesso à Informação e os ruídos na comunicação pública a partir de pedidos formulados por jornalistas em 10 anos de vigência da LAI**. In: 34.º Encontro Anual da COMPÓS, 2025, Curitiba. *Anais...* Curitiba: COMPÓS, 2025.

HARO-DE-ROSARIO, A.; SÁEZ-MARTÍN, A.; DEL CARMEN CABA-PÉREZ, M. Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook?. **New media & society**, v. 20, n. 1, p. 29-49, 2018.

KNISS, A. B.; MARQUES, F. Como o agente fiscalizador utiliza a comunicação online? A ideia de transparência pública nas redes sociais da Controladoria-Geral da União. **Opinião Pública**, v. 27, p. 90-126, 2021.

KNISS, A. **Como os deputados federais compreendem a ideia de transparência pública? Um estudo sobre a produção legislativa brasileira entre 2003 e 2018**. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Humanas, Curitiba, 2023.

KOÇOUSKI, M. Comunicação pública: construindo um conceito. In: MATOS, Heloiza (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2012. p. 71-96.

KUNSCH, M. Comunicação Pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza (Org.). **Comunicação Pública: Interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013, p. 3-13.

LEMOS, C.; PINHEIRO, D. Comunicação pública da ciência e da saúde no pós-pandemia. **Reciis**, v. 17, n. 4, p. 751-756, 2023.

LESSA, A.; DEL BIANCO, N. Transparência Do Poder Legislativo Brasileiro: Instrumentos Utilizados Pelas Ouvidorias Do Senado E Da Câmara Dos Deputados. **E-Legis**, v. 15, n. 38, p. 10-36, 2022.

LIMA, A. M. #CâmaraNoTikTok: Política, Educação e Entretenimento na Comunicação Pública. **Compolítica**, v. 12, n. 2, p. 33–58, 2022.

LOCATELLI, C.; LUZ, A.; PECORARO, C. Comunicação pública e transparência: questões conceituais para a pesquisa. **Organicom**, v. 21, n. 45, p. 59-69, 2024.

LOCATELLI, C. Transparência em organizações: modelo dinâmico para pesquisa empírica. **Humanidades & Inovação**, v. 10, n. 9, p. 120-129, 2023.

LUZ, A. **Comunicação pública e memória comunicacional**: Revelações e apagamentos sobre o governo da presidenta Dilma Rousseff. 2021. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.

LUZ, A. Preservação de sites oficiais: exemplos internacionais e o desafio brasileiro. **Revista Brasileira de Preservação Digital**, v. 3, p. 1-14, 2022.

MARQUES, F.; CARNEIRO, A. Corações, mentes e estratégias: a relação entre “marqueteiros” e políticos durante as eleições de 2012 em Fortaleza. **Revista de Sociologia e Política**, v. 26, n. 65, p. 105-131, 2018.

MASSUCHIN, M. et al. A Comunicação Pública no campo da pesquisa em Comunicação: aspectos teóricos e empíricos da produção científica brasileira (2013-2022). **Contracampo**, v. 42, n. 3, p. 1-17, 2023.

MASSUCHIN, Michele Goulart et al. A Comunicação Pública nos Estudos em Comunicação no Brasil: o que lemos, quem citamos e como construímos a rede que referenciamos. **Revista AE-IC**, v. 12, n. 23, p. 1-31, 2025.

MASSUCHIN, Michele Goulart; OLIVEIRA, Paula Andressa de. Os Fluxos de Comunicação Digital nas Instituições Públicas: A Institucionalização e a Instrumentalização a partir da Percepção dos Produtores de Conteúdo das Câmaras Municipais. **Dados**, v. 68, n. 3, p. 1-40, 2025.

MATOS, H; GIL, P. Alternativas ao conceito e à prática da comunicação pública. **EPTIC**, v. 15, n. 2, p. 12-27, 2013.

MEYERS, O.; DAVIDSON, R. Time after time: longitudinal qualitative interviewing and the interplay between structure and agency in communication research. **Journal of Communication**, n.75, 273–284, 2025.

MIOLA, E.; MARQUES, F. Abordagens teóricas e definições mínimas na pesquisa em Comunicação Pública: construindo o conceito de Comunicação Pública de Estado. **Organicom**, v. 21, n. 45, p. 19-34, 2024.

MIOLA, E.; MARQUES, F.. Comunicação pública do Ministério da Saúde no Facebook: uma análise das campanhas contra o Aedes aegypti no'verão do Zika'. **ReCiis**, v. 14, n. 1, p. 34-50. 2020.

MIOLA, E.; MARQUES, F. Government communication and online engagement during “the summer of Zika”: Examining content and social media metrics of posts addressing the Aedes aegypti mosquito. **First Monday**, v. 27, n. 7, 2022.

MONTESSE JÚNIOR, J.; CAMPOS, C. Comunicação Pública nas Plataformas de Mídias Sociais: Análise das Postagens em Perfis de uma Prefeitura do Sul de Minas. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, 9., 2022, São Paulo. **IX Encontro Brasileiro de Administração Pública**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Administração Pública, p. 1-15, 2022.

MONTESSE JÚNIOR, J.; CAMPOS, C. Plataformas de mídia social como interface socioestatal: utilização do Facebook e do Instagram pelas prefeituras da microrregião de Varginha-MG. **Conexão Política**, v. 12, n. 2, p. 209-244, 2023.

NICOLETTI, J.; FIGARO, R. Platform economy and journalism: another side to the precarious labor environment in Brazil. **Observatorio (OBS*)**, v. 17, n. 5, p. 154-169, 2023.

OLIVEIRA, P. **De Abatiá a Xambrê: uma análise sobre a atuação dos legislativos municipais paranaenses no Facebook**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2021.

OLIVEIRA, P. Dilemas da comunicação pública dos legislativos municipais: baixa profissionalização, foco nos agentes e transmissão de sessões no Facebook. **Compolítica**, v. 14, n. 1, p. 109-136, 2024.

OLIVEIRA, T. Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. **Revista Fronteiras**, v. 22, n. 1, p. 21-35, 2020.

PAULINO, F. et al. Políticas de Comunicação no Brasil: uma visão geral dos dois primeiros anos do governo Jair Bolsonaro. **EPTIC**, v. 24, n. 2, p. 115-134, 2022.

PEÑA-ROSELL, G.; LIBAQUE-SAENZ, C. Impact of local governments' social media engagement on citizens' trust, satisfaction, and word-of-mouth: A study of Lima-Peru. **Issues in Information Systems**, v. 26, n. 3, p. 45-60, 2025.

PETRA, P., et al. Comunicação em Saúde no Instagram da Prefeitura do Rio de Janeiro: análise das estratégias da vacinação contra a covid-19. **RECHS**, v. 18, n. 3, p. 571-587, 2024.

PINHEIRO, E. B. As ações do (des) governo Bolsonaro contra a Empresa Brasil de Comunicação: uma análise a partir da Sociologia Compreensiva. **Compolítica**, v. 11, n. 2, p. 81-106, 2021.

PINTO, P. et al. COVID-19 no Instagram: práticas de comunicação estratégica das autoridades de saúde durante a pandemia. **Comunicação Pública**, v. 15, n. 29, p. 1-17, 2020.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Plataformização. Tradução de Rafael Grohmann. **Revista Fronteiras**, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

PORUMBESCU, G. A. Linking public sector social media and e-government website use to trust in government. **Government information quarterly**, v. 33, n. 2, p. 291-304, 2016.

ROTHBERG, D. (Re) conceituando a comunicação pública para enfrentar a desinformação. **Organicom**, v. 21, n. 45, p. 35-47, 2024.

ROTHBERG, D. O que não é comunicação pública? Percursos de afirmação de um campo científico. **Organicom**, v. 17, n. 32, p. 260-263, 2020.

SANTINI, R. et al. Seeing through opacity: The limitations of digital ad transparency in Brazil. In: **Proceedings of the 2024 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency**. 2024. p. 2209-2221.

SILVA, D; BALDISSERA, R. Comunicação organizacional e interesse público: estratégias de (in)visibilidade nas mídias sociais. **Intercom**, v. 44, n. 2, p. 157-174, 2021.

SMYRNAIOS, N.; BAINÉE, O. Critically understanding the platformization of the public sphere. **European Journal of Communication**, v. 38, n. 5, p. 435-445, 2023.

TAVARES, C. et al. Comunicação e Gênero como área de pesquisa: características e desenvolvimento dos estudos a partir da análise bibliométrica. **Intercom**, v. 44, n. 3, p. 83-102, 2021.

URE, M. Social media use in justice administration: disintermediation, conversation and collaboration. **Global media journal**, v. 17, n. 32, p. 1-11, 2019.

VAN ES, K.; POELL, T. Platform Imaginaries and Dutch Public Service Media. **Social Media + Society**, v. 6, n. 2, p. 1-10, 2020.

VANZINI, K.; ROTHBERG, D. Governo eletrônico, democracia digital e comunicação pública: a presença do Poder Judiciário na internet. **ALCEU**, v. 16, n. 33, p. 219-238, 2016.

WEBER, M. H.; LOCATELLI, C. Realidade e limites da pesquisa empírica em comunicação pública. **MATRIZES**, v. 16, n. 1, p. 141-159, 2022.