

## TEMÁTICA LIVRE

A Comunicação Pública no campo da pesquisa em Comunicação: aspectos teóricos e empíricos da produção científica brasileira (2013-2022)<sup>1</sup>

Public Communication in the field of communication research: theoretical and empirical aspects of Brazilian scientific production (2013-2022)

Edição v. 42  
número 3 / 2023

Contracampo e-ISSN 2238-2577  
Niterói (RJ), 42(3)  
set/2023-dez/2023

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

MICHELE GOULART MASSUCHIN

Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Curitiba, Paraná, Brasil.  
E-mail: mimassuchin@gmail.com. ORCID: 0000-0001-7918-4487.

CLAUDIA IRENE DE QUADROS

Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Curitiba, Paraná, Brasil.  
E-mail: clauquadros@gmail.com. ORCID: 0000-0003-1322-8971.

NAIZA COMEL

Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Curitiba, Paraná, Brasil.  
E-mail: naizacomel@gmail.com. ORCID: 0000-0002-8525-0468

FABIA IOSCOTE

Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Curitiba, Paraná, Brasil.  
E-mail: jornalistafabiaioscote@gmail.com. ORCID: 0000-0002-6318-026X.

PAULA ANDRESSA DE OLIVEIRA

Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Curitiba, Paraná, Brasil.  
E-mail: paulaandreolioliveira@gmail.com. ORCID: 0000-0001-5568-1139.

CHIRLEI KOHLS

Universidade Federal do Paraná (UFPR) – Curitiba, Paraná, Brasil.  
E-mail: chirleidiana@gmail.com. ORCID: 0000-0002-8785-8776.

<sup>1</sup> Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada no 32º Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Comunicação (COMPOS), em junho de 2023, na Universidade de São Paulo (USP). As autoras agradecem as recomendações, sugestões e críticas recebidas pelos colegas de Grupo de Trabalho Estudos de Comunicação Organizacional.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

Ao citar este artigo, usar a seguinte referência: MASSUCHIN, Michele Goulart; QUADROS, Claudia Irene de; COMEL, Naiza; IOSCOTE, Fabia; OLIVEIRA, Paula Andressa de; KOHLS, Chirlei. A Comunicação Pública no campo da pesquisa em Comunicação: aspectos teóricos e empíricos da produção científica brasileira (2013-2022). **Contracampo**, Niterói, v. 42, n. 3. set./dez. 2023.

**Submissão em: 03/08/2023. Revisor A: 16/10/2023; Revisor B: 01/11/2023. Aceite em: 01/12/2023.**

**DOI - <https://doi.org/10.22409/contracampo.v42i3.59454>**

## Resumo

O artigo analisa como o conceito de Comunicação Pública é mobilizado nas pesquisas desenvolvidas na área da Comunicação no Brasil. Observa-se, para tanto, 276 artigos e papers que trazem em seu escopo tal abordagem. Utiliza-se a perspectiva cientométrica e de Análise de Conteúdo (AC) que, juntas, culminam em uma revisão sistematizada, mesclada à perspectiva narrativa. A discussão trata I) da distribuição institucional das pesquisas; II) dos aspectos temáticos e objetos; III) das organizações promotoras e, por fim, IV) da centralidade do conceito dentro do desenho de pesquisa apresentado. Os resultados indicam: foco na comunicação de Estado, uma perspectiva voltada às redes sociais digitais, centralidade da produção no eixo Sul-Sudeste e o impacto do contexto político e governamental sobre a produção acadêmica da área.

### Palavras-chaves

Comunicação pública; Produção científica; Revisão sistematizada.

## Abstract

The article analyzes how the concept of Public Communication is mobilized in the field of Communication in Brazil. 276 articles and papers are analyzed when this approach was in their scope. The scientometric perspective and Analysis Content (AC) are used, which culminates in a systematic review, mixed with the narrative perspective. The discussion is about I) the institutional distribution of research; II) thematic aspects and objects; III) the organizations studied and, finally, IV) the centrality of the concept in the research design. The results indicate: focus on State communication, a perspective to digital social networks, centrality of production in the South-Southeast in Brazil and governmental context on the academic production in the area.

### Keywords

Public communication; Scientific production; Systematic Review.

## Introdução

O conceito de Comunicação Pública mostra-se complexo, abrangendo diferentes instituições promotoras, temas e acontecimentos públicos (WEBER, 2017). Por conta dessa amplitude e do contexto histórico brasileiro, atravessado pela ditadura e pela redemocratização, ganha centralidade nas pesquisas na área da Comunicação e afins. Isso pode ser ilustrado pela quantidade de trabalhos referenciando tal perspectiva teórica e pelo espaço ofertado para essa discussão em diversos eventos – tais como da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação & Política (COMPOLÍTICA) e da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), além da presença de uma associação própria, a Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública), fundada em 2016.

Se essa trajetória profícua indica avanços, não significa que não hajam lacunas a serem mapeadas a partir da observação sobre como o campo tem empreendido seus esforços (ROTHBERG, 2020). Para tanto, tem-se como objeto 276 artigos e *papers* publicados entre 2013-2022, considerando o recorte de eventos e revistas científicas representativas do debate na área. Os textos são oriundos de onze fontes de dados – anais da Compós, Intercom, Compolítica e Abrapcorp somados aos periódicos Intercom, E-Compós, Compolítica, Organicom, E-legis, Reciis e Matrizes – e servem como base para discutir os aspectos inerentes à Comunicação Pública com foco na última década, principalmente pelo contexto político recente (SENA e LEAL, 2021).

Os artigos foram analisados – em uma primeira parte – a partir da perspectiva cientométrica, com base em indicadores quantitativos da produção da área. Como exemplos, cita-se a quantidade de textos produzidos, a distribuição regional, de acordo com as instituições e o número de autoria. São elementos que demarcam características da produção acadêmica, mas que se restringem aos aspectos formais do texto. Em uma segunda etapa, faz-se uma Análise de Conteúdo (AC) dos artigos, o que auxilia na observação mais específica sobre o escopo das pesquisas desenvolvidas, considerando o conteúdo produzido. Neste caso, são criadas variáveis e categorias, *a priori*, com foco nos subtemas, objetos, organizações produtoras etc. Apesar de a cientometria ser plural quanto as técnicas inerentes a este tipo de pesquisa (CLEMENTE et. al., 2022), que busca observar o avanço da ciência, neste caso optou-se pela observação dos artigos tendo como base os procedimentos inerentes à AC como o treinamento, a elaboração de variáveis e categorias etc. (BAUER, 2002). Por fim, soma-se a estes dados sistematizados, que geram uma análise sistemática da literatura (DACOMBE, 2018), uma revisão narrativa, na tentativa de compreender e expor outras nuances importantes da construção da pesquisa na área.

Com base nessas concepções analíticas, são discutidos quatro pontos que se sobressaem nas observações dos dados e movem as reflexões deste artigo: I) a distribuição espacial e institucional das pesquisas; II) os aspectos temáticos predominantes e objetos que mais são atravessados pelo viés da Comunicação Pública; III) organizações promotoras e, por fim, IV) o modo como o conceito tem sido mobilizado dentro do desenho de pesquisa apresentado.

No próximo tópico, menciona-se as problemáticas do campo, justificando a observação da produção científica. O objetivo não é propor um novo conceito à Comunicação Pública, já que, como pontua Weber (2017), este é da ordem da normatividade. Busca-se, mais especificamente, chamar a atenção para a amplitude, para os problemas na elaboração das pesquisas e para as tensões inerentes ao campo de estudo. Na sequência, são detalhados os aspectos metodológicos da pesquisa empírica. Os dados são apresentados em seguida, divididos nos tópicos acima mencionados.

## Desafios às pesquisas em Comunicação Pública: um apanhado da área

Analisar a Comunicação Pública é um processo complexo e permeado de desafios multifatoriais. Weber e Locatelli (2022, p. 141) atrelam isso, inicialmente, ao fato de que as pesquisas “envolvem disputas, controvérsias, conflitos, pactos e decisões entre atores sociais e políticos”, como crises e desastres. Tal contexto é complementado pela importância da comunicação para as instituições no fortalecimento da confiança do público, inclusive em aspectos relativos à saúde (MASSARANI et al., 2021) - o que se tornou fundamental em um cenário de deslegitimação e descrédito, mas que acaba sendo atravessado por disputas políticas e econômicas.

Ao mesmo tempo, é preciso mencionar o processo de captura da Comunicação Pública por parte de governos e agentes políticos, seja em órgãos federais (MIOLA e MARQUES, 2020) ou nos municípios (OLIVEIRA, 2021). Em muitas ocasiões, a ideia de uma comunicação que atenda o interesse público – ao ser mobilizada pelos trabalhos – deixa de lado o constante debate entre a difusão de informação fundamental às democracias e uma atuação estratégica atrelada a construção da imagem institucional (MIOLA e MARQUES, 2017). Isso, porém, reforça as nuances entre a Comunicação Pública e Política (WEBER e LOCATELLI, 2022) e torna-se elemento de relevância para as pesquisas que precisam atentar-se para tal movimento.

Além disso, outro desafio é a pluralidade conceitual. A Comunicação Pública é compreendida de forma bastante diversa e a partir de diferentes dimensões (MIOLA e MARQUES, 2017; ROTHBERG, 2020). Por vezes, há um esforço em ampliar os usos e apropriações (MATOS e GIL, 2019), mas resistem percalços para a observação na sua forma empírica, revelando inconsistências e dificuldades sobre o que efetivamente deve ser considerado em uma análise de realidades tão distintas – e que acabam cobertas e tensionadas pelo mesmo conceito (MIOLA e MARQUES, 2017). Ademais, não é raro verificar a utilização como sinônimo da comunicação estatal, embora essa categoria apenas reúna um agrupamento de emissores (BRANDÃO, 2012).

Há, portanto, uma variedade de promotores de Comunicação Pública, desde a sociedade civil organizada ao Estado e suas múltiplas faces (universidades, ministérios, fundações de pesquisa, dentre outras) (WEBER et al., 2017). E nem sempre a Comunicação Pública é emitida por “veículos públicos”, pois as instituições também usam de mídias não-públicas para propagação de conteúdos (MIOLA e MARQUES, 2017). Sobre o teor das mensagens, predomina a ideia do interesse público ou comum (KUNSCH, 2012; MATOS e GIL, 2019), mas isso estabelece poucos limites e faz com que tudo possa ser definido como tal, o que leva ao debate sobre o que não seria, então, Comunicação Pública (ROTHBERG, 2020).

Dada essa diversidade de possibilidades analíticas, abordagens e problemáticas inseridas no subcampo, os trabalhos têm dificuldade em “observar as especificidades da Comunicação Pública que pudessem justamente [ser] aguçadas nos contextos analisados” (ROTHBERG, 2020, p. 262). Os desafios são pontuados por Weber e Locatelli (2022, p. 149) que reiteram, por exemplo, que “torna-se menos relevante ter como objetivo de pesquisa rotular se a comunicação de cada ator é ou não pública”. Isso porque a comunicação está sempre em um terreno de disputa e, assim, o que importa é se ela se torna “mais ou menos pública ao longo do tempo” e “como se comporta no jogo político dos fatos sociais” (WEBER e LOCATELLI, 2022). Ou seja, importa menos dizer se é ou não pública. O mais relevante seria verificar quais contribuições a comunicação dos variados debates, instituições e acontecimentos oferecem para a democracia, mesmo em contextos de conflito.

Com esses desafios mencionados, percebe-se que não é possível discutir tais problemáticas do subcampo sem olhar para a própria produção e avaliar o que tem sido, efetivamente, investigado. Assim, o artigo busca auxílio dos estudos cientométricos (SILVA e BIANCHI, 2001) e da Análise de Conteúdo

(AC) (BAUER, 2002) para mapear elementos relevantes que permitem um diagnóstico da mobilização do conceito de Comunicação Pública. Isso é importante dadas as questões apresentadas, a intensidade de uso do conceito e a relevância que a própria comunicação das variadas instituições possui. Da mesma forma, esta proposta se junta a outros esforços de compreender os debates, avanços e impasses do subcampo, tais como aqueles propostos por Weber e Locatelli (2022) e Miola e Marques (2017).

## Aspectos metodológicos e detalhamento do objeto

Para o mapeamento da produção optou-se pela observação sistematizada dos dois periódicos ligados às associações de pesquisadores e Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil, Intercom e E-Compós, respectivamente. A estes foram adicionadas mais duas revistas relacionadas às subáreas da comunicação que possuem vínculo com o conceito – a Organicom e a Compolítica. No leque de periódicos foram inseridos, ainda, mais três: Reciiis, E-Legis e Matrizes. As duas primeiras possuem relação com Programas de Pós-Graduação que adentram instituições produtoras de Comunicação Pública – Fiocruz e Câmara dos Deputados. No caso da Revista Matrizes, a inclusão se deu pelo seu perfil agregador de discussões teóricas, o que permitiria verificar como o conceito é discutido para além da relação com objetos empíricos<sup>1</sup>.

Considerando que os congressos aventam os primeiros avanços que um campo de pesquisa apresenta, optou-se também pelo mapeamento nos seguintes eventos: Compós, Intercom, Compolítica e Abrapcorp. Ressalta-se que o recorte temporal considerou os últimos 10 anos (2013-2022)<sup>2</sup>, o que permite um retrato recente do tema. Apesar da possível concentração de textos em determinados Grupos de Trabalho, optou-se pela busca completa.

A abordagem dos textos para a tomada de decisão quanto à inclusão no banco de dados da pesquisa se deu a partir de um conjunto de estratégias que mitigassem possíveis falhas nas buscas, que foram feitas manualmente. É preciso inicialmente considerar que a depender das plataformas – de cada evento ou revista – havia diferentes possibilidades de busca<sup>3</sup>. No caso de periódicos foram utilizadas duas formas de acesso aos textos: (a) pelo buscador por meio da palavra-chave “Comunicação Pública” ou (b) acessando cada uma das edições e textos quando não havia tal opção. Em relação aos eventos, havia diversos caminhos. No caso da Abrapcorp os anais em *epub* facilitavam a busca por palavras-chave. No Intercom não havia possibilidade de busca automática e, dessa forma, todos os itens indexadores foram lidos<sup>4</sup>. Na Compós havia buscador, então foi usada tanto a estratégia automatizada quanto a de verificar títulos e, sendo o tema ou emissor de interesse, era feita uma verificação detalhada no resumo. Na Compolítica, apesar de os anais estarem organizados com possibilidade de busca automática, esta se dava apenas no título, sendo, portanto, feito o uso da abordagem manual e automática. A inclusão do material na base de dados se dava somente quando o termo de interesse era identificado no título, resumo ou palavra-chave<sup>5</sup>.

---

1 Informações sobre perfil e a relação com instituições de pesquisa são encontradas nos sites dos periódicos.

2 No caso da Revista Intercom e Compolítica, no momento da coleta dos dados (fev/2023), as duas últimas edições não estavam disponíveis. No caso da E-Compós, nos últimos dois anos havia uma única edição anual. No caso da E-Legis, as edições especiais também foram consideradas no monitoramento.

3 A única revista que não proporcionou a busca por palavra-chave foi a E-legis que, em sua página, não continha tal opção.

4 Foram incluídos apenas os GPs do Congresso Nacional da Intercom, desconsiderando o Intercom Junior.

5 As autoras reconhecem que pode haver trabalhos que tratem do tema, mas que não o tenham citado nos três locais usados como linha de corte, o que pode ser evidenciado por Gonçalves (2008) que mostra problemas nas Ciências Sociais no processo de estruturação de resumos. Por outro lado, o não destaque neste espaço, também indica a ausência ou menor centralidade do conceito para a pesquisa publicada.

A análise, por fim, resulta da matriz de dados com 276 artigos<sup>6</sup> que davam espaço ao conceito de Comunicação Pública, citando-o nos espaços mais relevantes que servem como “selecionadores” dos leitores (CARAMELLI, 2011) e que, de alguma forma, também indica a centralidade do conceito para os autores. Após esta seleção, foram extraídas informações baseadas em indicadores quantitativos sobre a produção e características da cientometria. Já os conteúdos dos textos foram analisados com base na perspectiva da Análise de Conteúdo (AC), com um livro de códigos definido *a priori* para verificar características das pesquisas. A codificação dos dados foi realizada por quatro pesquisadoras de doutorado a partir de um treinamento prévio e com base na descrição das categorias. Neste artigo, trabalha-se com as seguintes variáveis: ano de publicação; número de autorias; origem das pesquisas (região e universidade); tipo de texto (se teórico ou empírico); subtema da Comunicação Pública; objeto de análise; tipo de organização promotora de Comunicação Pública e nível de mobilização do conceito. As três primeiras são indicadores oriundos da cientometria e as demais são inerentes ao conteúdo interno dos textos. A análise, na sequência, está dividida em quatro tópicos que sistematizam a discussão dos dados observados.

## Distribuição espacial e institucional das pesquisas

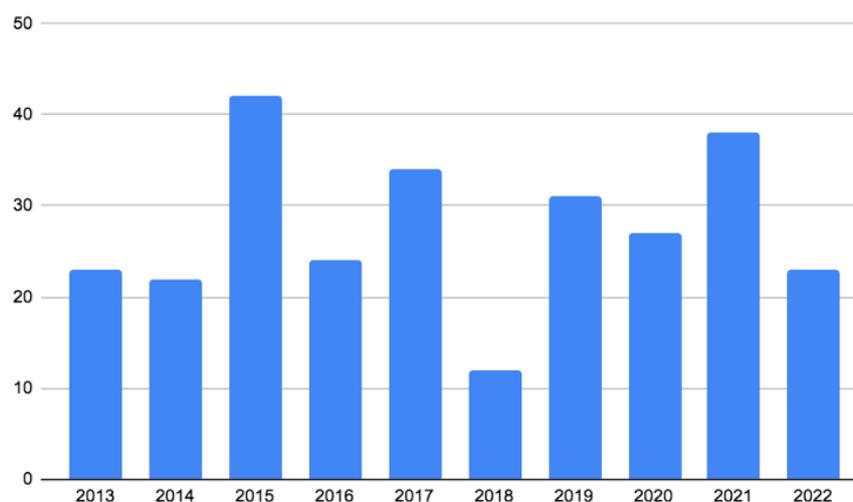
No geral, os trabalhos publicados se concentram em anais de eventos: foram localizados 223 *papers* nos anais da Compós, Intercom, Compolítica e Abrapcorp, o que representa 80% da amostra, com destaque aos anais do Intercom. O evento, nos dez anos analisados, apresentou 117 trabalhos sobre Comunicação Pública, sendo responsável, assim, por 42% do total nesta categoria. Destaca-se o baixo número de artigos sobre o tema nas revistas da área selecionadas neste recorte. Juntos, os sete periódicos analisados publicaram 53 textos em 10 anos. A *Organicom* e *E-Legis* se destacam, com 16 e 14 trabalhos, respectivamente. A presença da Comunicação Pública em outros periódicos tradicionais da área é mais tímida – a exemplo de *E-Compós* (três), *Compolítica* (dois) e *Intercom* (dois). Seria comum esperar que, com espaço dedicado a debates sobre Comunicação Pública em eventos, estes resultassem, posteriormente, em publicações de artigos nos periódicos.

Em relação à distribuição temporal, o Gráfico 1 mostra que, apesar de oscilações, este é um tema de contínuo interesse de pesquisadores e pesquisadoras. Três anos podem ser destacados com relação à produtividade: 2015 (42), 2017 (34) e 2021 (38). Aqui, é necessário ponderar como ocorre essa distribuição em anais e periódicos, como discutido anteriormente. Uma situação deve ser evidenciada: em 2015, das 42 pesquisas coletadas, 25 são de Anais do Intercom. Em 2018, a menor incidência da amostra, as publicações também foram concentradas. Dos 12 trabalhos, oito são dos Anais do Intercom e quatro oriundos do Congresso da Abrapcorp. Portanto, reforça-se a ausência, em muitos momentos, da discussão e análises da Comunicação Pública nos periódicos tradicionais da área aqui analisados.

---

<sup>6</sup> Dos 276 textos incluídos na matriz de dados, nem todos foram possíveis de serem observados na sua totalidade por problemas nos links, principalmente na Abrapcorp e Compolítica. Foi feito contato com as associações, mas os problemas pontuais ainda estão em fase de resolução no momento da conclusão do texto. Assim, 32 dos 276 textos não entraram em parte das análises realizadas.

Gráfico 1 – Distribuição dos trabalhos sobre Comunicação Pública por ano (2013-2022)



Fonte: Produzido pelas autoras.

É importante salientar também que o contexto político e de saúde entre 2019 e 2022 marcam as produções. Diversos trabalhos têm como contexto a pandemia de COVID-19 e o papel da Comunicação Pública. Outro conjunto dialoga com o governo Jair Bolsonaro e o desmonte da Comunicação Pública. Há ainda um grupo que traça uma relação entre a Comunicação Pública e desinformação. Se por um lado há pouca presença em periódicos, por outro, a produção acadêmica se destaca com um olhar direto sobre como a realidade incide no tema. Os próximos resultados têm como base 244 trabalhos observados na íntegra<sup>7</sup>.

Quanto ao número de autores, a maior parte se distribui entre uma (43%) e duas (43,5%) autorias. Isso pode ter relação com prestígio deste tipo de autoria, com o perfil das pesquisas nas Humanidades e menos redes de colaboração na área (QUEIROZ e FILHO, 2019). Em seguida, aparecem produções com três autores (8,9%) e quatro (3,2%). Apenas um trabalho é assinado por cinco pesquisadores. O que chama mais a atenção, no entanto, é a baixa presença de parcerias interinstitucionais (28), que indicam a necessidade de crescimento da interlocução entre grupos de pesquisa que estudam Comunicação Pública. Entre as parcerias localizadas estão, por exemplo, aquelas entre a UFG, UFPR e UnB<sup>8</sup> e entre UFRGS e UFSC<sup>9</sup>.

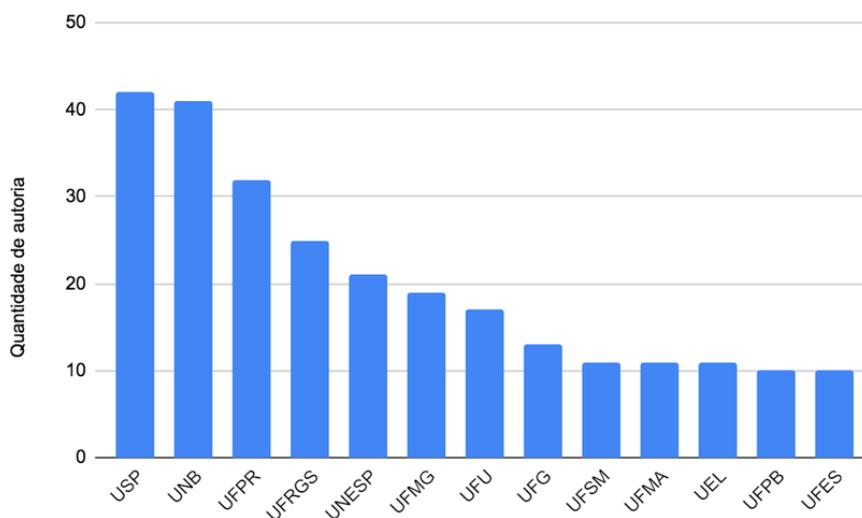
No que diz respeito ao vínculo de pesquisadores e pesquisadoras, identificou-se, entre os três primeiros autores (414, no caso), localização preponderante no Sudeste (45,1%). O Sul aparece na sequência, com 106 autorias. A região com o menor registro foi o Norte, com apenas sete. Centro-Oeste e Nordeste apresentaram 60 e 43 registros, respectivamente. Foram localizados, ainda, afiliações a instituições internacionais (11).

7 Houve dificuldade de acesso à alguns trabalhos na íntegra, nos Anais da Abrapcorp e da Compólitica.

8 Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0738-1.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2023.

9 Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrices/article/view/183849/181965>. Acesso em: 8 mar. 2023.

Gráfico 2 – Instituições de destaque das três primeiras autorias dos trabalhos



Fonte: Produzido pelas autoras.

Quanto às universidades, a USP (42 autorias) e a UnB (41 autorias) se mostram bem à frente. As duas instituições aparecem em praticamente todos os anos analisados, o que tem relação com a longa trajetória na pesquisa em Comunicação Pública, a exemplo Heloiza Matos e Nobre (USP), responsável por alguns dos principais ensaios na busca pela definição do termo que datam, ao menos, de meados de 2002. Outros professores da USP possuem produções – Mariângela Haswani e Eugênio Bucci – e muitas das pesquisas que aproximam as relações públicas e a comunicação organizacional da Comunicação Pública advêm da Instituição.

A UnB possui Grupo de Pesquisa que, ainda que ligado à área de Assistência Social, desenvolve investigações na interlocução com a Comunicação Pública. O Grupo de Estudo Pesquisa e Extensão sobre Comunicação Pública, Assistência Social e Serviço Social (Compass) é liderado pela professora e pesquisadora Kênia Figueiredo. Na área de Comunicação e Informação, destaca-se Elen Geraldês, que integra o Grupo de Pesquisa Estado, Informação e Sociedade. É importante mencionar também que tais pesquisadores e pesquisadoras conformam redes de orientações também responsáveis pelas publicações de tais Instituições. Graça França Monteiro, por exemplo, trata da Comunicação Pública para a Ciência, e Fernando Oliveira Paulino relaciona a Comunicação Pública à cidadania, à democracia e aos direitos humanos.

Na UFPR (32 autorias), as pesquisas sobre Comunicação Pública passam a ser mais intensas a partir de 2017. Ainda que não tenha grupos que pesquisam exclusivamente Comunicação Pública, professores vinculados ao Grupo em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP) e ao Grupo em Comunicação, Política e Tecnologia (PONTE) desenvolvem e orientam pesquisas relacionadas à Comunicação Pública, mas especialmente aquela alinhada ao Estado e suas interfaces. Integrantes do Grupo Comunicação para o Século XXI (COMXXI) também atuam nas relações entre comunicação organizacional e pública. Recentemente, o interesse pela Comunicação Pública para a Ciência, com a atuação da Agência Escola de Comunicação Pública e Divulgação Científica, também se faz presente.

A UFRGS (25 autorias), a UNESP (21) e a UFMG (com 19), ainda que com certas diferenças, também apresentam produções significativas no decorrer dos 10 anos analisados. Quanto à UFMG, aparecem produções de Marcio Henrique Simeone e Ângela Marques e de diversos outros pesquisadores e pesquisadoras ligados, principalmente, por meio de orientações. No caso da UFRGS, pode-se destacar

o Núcleo de Comunicação Pública e Política (NUCOP), que tem como líder Maria Helena Weber - que, inclusive, é responsável pelo Observatório da Comunicação Pública. Na UNESP, destaca-se a atuação de Danilo Rothberg, com diversas publicações e trabalhos em coautoria. No geral, tem-se uma concentração em algumas Instituições e, ainda, pouco espraiamento regional.

## Aspectos temáticos pelo viés da Comunicação Pública

Dos 244 textos que tiveram o conteúdo textual analisado, 62 são teóricos e 182 são empíricos, o que indica avanços para observar fenômenos inseridos na comunicação pública. Observa-se maior esforço para repensar a Comunicação Pública a partir do contexto, dos objetos e das pessoas. Quanto a discussões teóricas dos últimos anos, dois trabalhos podem ser destacados – o primeiro deles é de Miola e Marques (2017) e o segundo de Curtinovi e Mesquita (2014), com dados do Grupo de Pesquisa Comunicação Política do Intercom, que apontam a falta de discussão sobre o conceito de Comunicação Pública nos artigos do GP.

Partindo para os subtemas priorizados nas discussões, ainda que a literatura aborde que a Comunicação Pública não está apenas relacionada às instituições públicas (WEBER, 2007, 2009, 2011), os estudos estão concentrados na Comunicação Pública governamental e de Estado (94 registros). A Radiodifusão também aparece como um subtema frequente nos estudos de Comunicação Pública (25 textos), havendo uma preocupação maior em distinguir os conceitos em alguns trabalhos. Argumenta-se que não basta ser do governo/Estado para fazer Comunicação Pública, pois está diretamente identificada com algo de interesse público. Os artigos que tratam deste subtema criticam a radiodifusão pública no Brasil, sobretudo no governo Bolsonaro, o que reitera a inserção do campo no contexto político recente.

Tabela 1 – Subtemas da Comunicação Pública

<b>Subtemas dos artigos de Comunicação Pública</b>	<b>Quantidade</b>
Comunicação Governamental/de Estado	94
Outros	31
Radiodifusão Pública	25
Comunicação Pública para Ciência	23
Comunicação e Saúde	23
Comunicação e Direito à informação	18
Comunicação e Justiça	16
Comunicação e Cidadania	14
Total Geral	244

Fonte: Produzido pelas autoras.

A Comunicação Pública para ciência se faz presente em 23 trabalhos, mas vale mencionar que não se limita à divulgação científica nos meios de comunicação, ainda que muitos dos textos tratem da relação cientista, meios de comunicação e assessoria de imprensa. A opinião do público sobre ciência também é apresentada quando se aborda a Comunicação Pública. Os conceitos de Comunicação Pública são confrontados com as propostas de ciência aberta e a comunicação cidadã em algumas pesquisas.

No caso da temática Comunicação e Saúde (23 investigações), a Comunicação Pública é discutida em campanhas governamentais (federais, estaduais e municipais) sobre, por exemplo, HIV, Sarampo e Poliomielite. A vitimização do idoso também é abordada a partir da Comunicação Pública com a análise de múltiplos objetos (jornal, portal do Ministério da Saúde e Facebook). As políticas públicas e

a desinformação na área da saúde são outro foco de atenção nos estudos mais recentes, procurando demonstrar a importância da Comunicação Pública no combate às notícias falsas. Essas publicações estão concentradas nas revistas *Reciis* e *Organicom* e nos congressos da *Abrapcorp* e *Intercom*.

A categoria Comunicação e Direito à Informação apresenta 18 artigos, que abordam a Comunicação Pública a partir da perspectiva deliberacionista. O direito à informação é apresentado como requisito fundamental para “o empoderamento da sociedade civil, e apresenta as atribuições do Estado no fortalecimento de uma cultura política realmente democrática” (GIL, 2013, p. 1). Há textos que exploram determinantes da Lei de Acesso à Informação (LAI). Nestes casos, a Comunicação Pública é acionada por valorizar a transparência e incentivar o diálogo com o cidadão, mas percebe-se que apenas é citada e os conceitos não debatidos.

A categoria Comunicação e Justiça, com 16 artigos, promete em alguns casos relacionar o jornalismo com a Comunicação Pública, mas não apresentam mais do que uma citação sobre a importância de o governo prestar contas à população. A visão sobre as diferentes perspectivas da Comunicação Pública é apresentada para argumentar a sua importância na gestão pública como forma de exercer a responsabilidade social.

A intersecção entre Comunicação Pública e Cidadania está presente em 14 trabalhos analisados e os debates incluem a defesa de que “o sentido fundamental da comunicação pública é o da tomada da palavra pela sociedade” (GIL e MATOS, 2013, p. 256). Em texto posterior de autoria de Matos (2016), em parceria com Jorge Pereira Filho, os autores reforçam que a participação é uma das questões centrais do conceito. Oliveira e Matos (2016), por sua vez, apresentam reflexões sobre as relações entre Comunicação Pública, educação e cidadania. Chama a atenção, nesta categoria, que metade das contribuições dos pesquisadores e pesquisadoras compreendem estudos teóricos, caso dos exemplos anteriores. Como ilustração de estudos empíricos pode-se citar a mobilização em torno do movimento “Democracia Real Já! – 15M” e estratégias de comunicação de Conselho Municipal dos Direitos da Mulher.

As inúmeras variações no uso do conceito ficam ainda mais evidentes quando se verifica os trabalhos que não puderam ser incluídos nas categorias anteriores. Outras perspectivas verificadas na categoria “outros” incluem, em mais exemplos, relações com projetos educacionais de extensão, análises de coletivos de mídia, comunicação de crise no âmbito da energia nuclear e contribuições da Comunicação Pública para a diversidade cultural.

Outro elemento que colabora para compreender as pesquisas que abordam a Comunicação Pública é o objeto analisado. Os dados mostram que 25% dos 182 textos empíricos trabalha com múltiplos objetos, demonstrando que a área compreende a necessidade de observar o contexto a partir de diferentes perspectivas (WEBER e LOCATELLI, 2022). No entanto, ao ampliar o universo pesquisado, há mais possibilidade de explorar os objetos selecionados com menos profundidade. As mídias sociais digitais também têm destaque nos artigos (36), obtendo 19,5% do total. O interesse por esse objeto foi aumentando à medida que o uso das mídias sociais digitais se popularizou, apresentando, em 2021, o maior número de trabalhos (9). Somando-se mídias sociais e websites, são 67 artigos, praticamente um terço. Vale mencionar que encontramos o termo Comunicação Pública digital (ROTHBERG e GIORGI, 2017). Nesse sentido, a aproximação com a Comunicação Pública é relacionada ao interesse público, à transparência e ao diálogo.

Tabela 2 – Objetos analisados nos textos empíricos

<b>Objeto de análise</b>	<b>Quantidade</b>
Múltiplos objetos	46
Mídias Sociais Digitais	36
Websites	31
Outros	25
Produtores	21
Televisão	11
Público	9
Rádio	5
Total Geral	184

Fonte: Produzido pelas autoras.

A categoria outros representa 13,59% da amostra. Aqui as pesquisas analisam outras formas de diálogo com a sociedade, como fóruns, interações das organizações com a sociedade e os relacionamentos sociais. Integram esta categoria, do mesmo modo, estudos sobre divulgação científica, jornalismo científico e assessorias de comunicação. Nota-se que os produtores da Comunicação Pública são analisados em 21 artigos. Os pesquisadores e pesquisadoras procuram conhecer a visão de assessores que trabalham com a Comunicação Pública em diferentes instituições para compreender gestão, processos produtivos, formação de cidadania etc. A televisão ocupa o sexto lugar do ranking de objetos analisados nos estudos de Comunicação Pública, sendo que o foco é a análise do espaço aberto para o público na TV, como funcionam as televisões de assembleias legislativas, Câmara dos Deputados, universidades e coberturas televisivas sobre cotas raciais nas emissoras públicas, além de campanhas de saúde nas emissoras de televisão comerciais.

Já o público está presente em apenas nove artigos. De forma teórica, a participação do público é discutida e valorizada nas esferas públicas. Nos estudos empíricos, analisa-se a qualidade da participação de cidadãos, de movimentos populares e jovens de periferias. Embora muitos textos destaquem a importância das pessoas no desenvolvimento da Comunicação Pública, ainda são poucas as pesquisas sobre esses sujeitos. Entre os textos que estudam o público, destacamos o de Henriques e Caldeira (2016). Por último aparece o rádio, em cinco artigos, sendo que o foco está na radiodifusão pública, com discussões sobre leis de radiodifusão, campanhas e comunicação de grupos.

## Organizações produtoras de Comunicação Pública privilegiadas nas investigações

Uma das dimensões analíticas apontadas por Miola e Marques (2017) quando o conceito de Comunicação Pública é mobilizado é justamente quanto a quem faz a comunicação, ou seja, quem são os responsáveis em promovê-la. Embora haja um grande destaque ao Estado enquanto “emissor”, compreende-se que há diversas sub possibilidades neste âmbito, sendo diferente a comunicação de um ministério ligado estritamente ao executivo em relação à produção de conteúdo da EBC, por exemplo. Por isso, trabalha-se com um leque mais amplo do que aquele trazido por Brandão (2012), diferenciando-se, entre outros, fundações, instituições de pesquisa, universidades. Entende-se como promotores de Comunicação Pública tanto o Estado quanto aqueles inerentes à sociedade civil, atravessando diversas áreas, da educação, saúde e meio ambiente, até movimentos sociais e coletivos (como aqueles relacionados às mulheres, por exemplo).

Tabela 3 – Organizações promotoras estudadas nos trabalhos analisados (N=244)

<b>Tipo de Emissores</b>	<b>N</b>
Empresas públicas	54
Executivo Local/Estadual	47
Sem foco em emissor específico	23
Executivo Federal	23
Universidades	20
Legislativo Local/Estadual	17
Outros	16
Judiciário	12
Sociedade Civil Organizada	11
Órgãos de pesquisa	9
Legislativo Nacional	8
Imprensa	4
Total	244

Fonte: Produzido pelas autoras.

Apesar do amplo leque de organizações que podem ser estudadas pelo viés da Comunicação Pública que promovem, o foco tem sido empresas públicas (22%), dentre as quais podemos citar a EBC – Empresa Brasil de Comunicação e o Banco do Brasil. Órgãos intrínsecos ao executivo e legislativo também se destacam em comparação à sociedade civil. Considerando de forma conjunta as esferas nacional, estadual e local, estes chegam a mais de um terço das instituições que tiveram sua comunicação analisada em algum aspecto. Assim, reforça-se que, mesmo tendo em conta pluralidade de emissores, aqueles ligados ao Estado têm sido privilegiados nas pesquisas.

É importante destacar ainda que o contexto recente pode ter contribuído com o aumento das pesquisas com tais ênfases. Weber e Locatelli (2022, p. 144) apontam que o Estado, por vezes, “resvala para disputas simbólicas e políticas em torno de seus projetos” e “evidencia a promoção de interesses privados [e o] desejo de conquistar opiniões e imagem pública favoráveis”, sendo esse um aspecto discutido. É neste viés, por exemplo, que diversas pesquisas sobre a comunicação do executivo federal ganharam evidência durante o período do governo de Jair Bolsonaro, principalmente acompanhando a comunicação de ministérios (COELHO e MUSTAFÉ, 2022; MIOLA e MARQUES, 2020).

Outro eixo emissor que ganhou preponderância, havendo relação com os últimos anos, foi a comunicação das instituições de ensino, também em um contexto de descrédito da comunicação científica e de ataques às universidades públicas. E, apesar de não terem apresentado aumento no período analisado, é digno de nota as pesquisas que questionam o desmonte da Comunicação Pública a partir da menor quantidade de recursos para a EBC e da influência em sua linha editorial (LUZ, 2019; CARVALHO, 2015). Esse contexto, estabelecendo um paralelo com os estudos com foco no Estado, indica que os “vícios e equívocos acumulados ao longo dos anos estão impregnados nas práticas atuais”, inerentes a estas instituições no Brasil (GIL e MATOS, 2013).

Se as empresas públicas têm se destacado em função da política nacional, outro ponto importante é a considerável presença da observação de um cenário subnacional – seja do executivo ou do legislativo, que juntos chegam a 26% das instituições analisadas. Além disso, percebe-se que esse tipo de instituição observada (secretarias estaduais, assembleias, prefeituras, câmaras de vereadores etc.) também ganha mais evidência nos últimos anos (OLIVEIRA, 2021).

Neste ponto, talvez mais do que delimitar as diferenças entre comunicação de Estado e governamental e a relação de ambas com o público e o político, é preciso reconhecer que uma mesma

instituição vai produzir uma comunicação que transita nas duas dimensões. Ou seja, as iniciativas do Estado vão contemplar as práticas que atendem a qualidade da democracia (WEBER, 2011) e, ao mesmo tempo, a dimensão estratégica (MIOLA e MARQUES, 2017), por vezes com sobreposições. As nuances da comunicação que transitam nessas duas dimensões, por exemplo, são foco de trabalhos como de Massuchin e Oliveira (2021) e Miola e Marques (2020) que demonstram, em partes, que há prevalência da *accountability* e transparência, ao mesmo tempo em que figuras políticas e uma comunicação personalizada também ganham evidência. Ou seja, a comunicação vai ser uma disputa entre os dois campos, o público e o político, como já diziam Weber e Locatelli (2022).

E retomando a baixa prevalência da observação da sociedade civil, isso se dá mesmo depois de quase 10 anos da proposta feita por Gil e Matos (2013) de que uma “recuperação” do conceito se daria por parte da centralidade da sociedade civil. Por sua vez, a comunicação proposta pelo judiciário e pelas instituições de pesquisa tem se destacado, reiterando a amplitude conceitual. De modo geral, a observação a partir dos emissores indica a predominância do Estado e suas adjacências, impulsionada pelo contexto político recente e pela observação de cenários locais e regionais. E, pode ser adicionado aqui o achado relacionado à angulação organizacional já que, majoritariamente, se trata da observação de uma organização e como esta tem promovido a comunicação pública. Nem sempre, porém, isso significa trazer para as discussões o arcabouço teórico da comunicação organizacional.

## Centralidade do conceito no desenho de pesquisa

A análise permitiu, por último, identificar como é feita a mobilização do conceito de Comunicação Pública nas pesquisas. Exigia-se na coleta que o termo fosse priorizado nos elementos indexadores (título, resumos e palavras-chave), o que foi considerado uma “promessa” a ser cumprida ao longo do texto. Para tanto, foram utilizadas categorias que permitissem fazer observações comparativas entre os trabalhos e, assim, verificar quão central é o conceito de Comunicação Pública. Para isso, verificou-se se aparece em diversos tópicos, se é tensionado na análise dos dados, se há um tópico específico sobre o assunto ou se apenas atravessa tangencialmente a discussão. Desta forma, foi possível dividir as possibilidades em três: baixa, média e alta mobilização do conceito de Comunicação Pública.

Do total observado, 51,6% dos trabalhos apresentaram alta mobilização. A título de ilustração, cita-se o desenvolvido por Costa e Gomes (2020). Nesses casos, havia ampla centralidade do conceito, com discussão teórica, distinções entre abordagens, posicionamento quanto às diferentes correntes e, em textos com análise de dados, também tinham conexão com essa mobilização conceitual. Os demais resultados, porém, demonstram que o conceito nem sempre aparece tensionado: outra metade do corpus, apesar de posicionar o objeto a partir da Comunicação Pública, não sustenta discussões mais aprofundadas. A baixa mobilização foi identificada em 65 estudos e 53 apresentaram uma mobilização mediana. Esse resultado tem relação com alguns pontos, tais como o pressuposto institucional e a estrutura exigida dos artigos científicos.

Percebeu-se que algumas publicações citam o termo nos indexadores, mas sem mobilização efetiva ao longo do texto. Ainda que nem todos os casos verificados tenham essa característica, muitas vezes o desenho da pesquisa publicada no formato de artigo parte do pressuposto de que tal instituição ou contexto se insere no grupo apresentado por Weber e Locatelli (2022) ou por Brandão (2012) como inerentes à Comunicação Pública. Assim, a discussão que precede a análise empírica diz respeito a outros conceitos e abordagens. Estes trabalhos referem-se, prioritariamente, a empresas e emissoras públicas de radiodifusão, acesso à informação e transparência. Ou seja, que abordam aspectos da Comunicação Pública de maneira implícita. É importante mencionar, ainda, que muitos objetos analisados pela literatura de Comunicação Pública também são mobilizados na interseção com outras áreas (Administração Pública, Direito e Ciência Política), em uma observação a partir de outras perspectivas, não tendo a Comunicação

Pública como eixo central – portanto, somente propondo algum atravessamento mais tangencial.

O problema, efetivamente, está em um segundo tipo de texto, que é aquele que recorre ao conceito, cita-o nos espaços de destaque, mas ao longo das páginas há apenas apresentação de forma breve (podendo ou não haver um tópico específico), mas sem tensionamento com dados empíricos. Normalmente, o acionamento conceitual se dá de forma rápida, somente para incluir uma definição.

Esses achados suscitam preocupações sobre as possibilidades de avanços da área – tanto do ponto de vista teórico quanto empírico. Principalmente, porque com as mudanças engendradas pelas tecnologias, por exemplo, a prática da comunicação sofre transformações que precisam ser tensionadas com os conceitos, os quais muitas vezes ignoram as próprias limitações ou novas possibilidades das plataformas (MASSUCHIN e OLIVEIRA, 2021). Ou, de forma similar, há mudanças nos modos de gestão que implicam em desafios à comunicação com os cidadãos (PIMENTA, 2015).

Vale mencionar que essa baixa centralidade do conceito nos textos também dialoga com a menor produção teórica sobre o assunto, como já demonstrado anteriormente, com poucas novas proposições a serem testadas. A baixa ou média mobilização, por vezes, também está relacionada com as regras inerentes ao formato de publicação, reduzido a poucas páginas. Essas limitações podem explicar, em partes, a ausência de uma discussão teórica mais robusta ou, até mesmo, o tensionamento do conceito com os dados – sobretudo quando há, também, outros conceitos envolvidos na pesquisa proposta.

## Considerações finais

O texto buscou refletir sobre as características das pesquisas que propõem uma abordagem a partir da Comunicação Pública. O foco esteve na produção nacional em que se observa os objetos investigados, a centralidade do conceito nas discussões, os subtemas, a distribuição da produção, dentre outros elementos que demarcam a construção do conhecimento. De outro modo, também buscava-se apontar lacunas e problemáticas. Para isso observou-se produção dos últimos 10 anos em revistas e eventos da área, totalizando 276 artigos e *papers*. Os dados foram discutidos a partir de quatro principais desdobramentos.

Os resultados mostram pesquisadores e pesquisadoras em diferentes regiões, mas com predomínio do Sudeste e do Sul. Há concentração em algumas instituições como USP, UnB, UFPR, UNESP, UFMG e UFRGS, o que tem relação com a rede de estudos estabelecida e, ainda, as conexões com orientações resultantes da atuação dos Grupos de Pesquisa. Um ponto a ser desenvolvido é a produção interinstitucional, com esforços de pesquisadores e pesquisadoras de diferentes regiões para a realização de projetos de pesquisa e de extensão conjuntos.

Quanto às abordagens e promotores, percebe-se a preponderância do Estado e suas interfaces como agente central na produção da Comunicação Pública, tal como Duarte (2012) já indicava. Com o cruzamento entre a Comunicação Pública e política (WEBER, 2011) e o reconhecimento da relação entre Comunicação Pública e institucional, pelo viés da estratégia (MIOLA e MARQUES, 2020), o foco da pesquisa recai fortemente sobre agentes e instituições do Estado. Não se trata de uma restrição do conceito, como chamariam a atenção Matos e Gil (2019), mas uma subárea que se sobressai. Os dados reforçaram que a Comunicação Pública é permeada por conflitos nas diferentes esferas, do Estado à sociedade (WEBER e LOCATELLI, 2022), o que foi alavancado pelo contexto político recente, em que se evidencia as pesquisas sobre universidades, empresas públicas, entre outras.

Consolidou-se também a Comunicação Pública em âmbito digital, especialmente nos últimos cinco anos, com ênfase para as redes sociais e múltiplos objetos. Por outro lado, é preciso voltar-se para os aspectos do público e dar mais espaço para as discussões conceituais, muitas vezes lateralizadas. Para isso, também é fundamental incentivar a formação de núcleos de estudo sobre o tema para vivenciar a prática da Comunicação Pública e, assim, evidenciar resultados para confrontá-los com a teoria. Na

análise percebeu-se conceitos divergentes e até inconsistentes, como apontam Miola e Marques (2017), mas neste movimento, de acordos e desacordos, notou-se, por outro lado, marcadores do campo que se consolidaram. Se alguns promotores e subáreas carecem de mais observações, outros mostram-se estabelecidos. Ademais, nem sempre enfatizar o termo Comunicação Pública é sinônimo de tensionamento do conceito. Mas, por conta de algumas abordagens serem predominantes, a “existência” da Comunicação Pública está implícita, mesmo sem discussões conceituais mais consistentes e amplas.

Para pesquisas futuras, há a possibilidade de ampliar o escopo de periódicos brasileiros, já que, neste caso, a linha de corte foi das associações e do perfil dos programas. Acredita-se, ainda, que quem produz a pesquisa contribui para a construção do seu entorno. Neste sentido, pode-se verificar as redes de referências, obras mais citadas e a consolidação a partir das citações. As metodologias adotadas também podem ser observadas em estudos futuros com o intuito de refletir sobre os conceitos teóricos e empíricos e, assim, contribuir para o avanço da área. Mas, embora limitando-se a um grupo de periódicos e eventos científicos brasileiros, o artigo tornou visível pontos importantes para reforçar, mapear e retomar algumas discussões da Comunicação Pública em distintos contextos organizacionais.

## Referências

- BAUER, Martin W.; GASKELL, Gaskell. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: SOBRENOME, Nome (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, Vozes, 2002. p. 189-217.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2012. p. 1-33.
- CARAMELLI, Bruno. O título – arauto da comunicação científica. **Revista da Associação Médica Brasileira**, v. 57, n. 4, p. 359, 2011.
- CARVALHO, Mariana Martins de. A Empresa Brasil de Comunicação e o desafio da Comunicação Pública. **RECIIS**, v. 9, n. 3, p. 1-5, jul./set. 2015.
- CLEMENTE, Augusto Junior et al. Campo de Públicas: uma ciëntometria a partir de Projetos Pedagógicos de Curso. **Revista de Sociologia e Política**, v. 30, s. n., p. 1-24, 2022.
- COÊLHO, Tamires F.; MUSTAFÉ, Isabella S. M. Diversidade ou manutenção de estruturas de poder? Reflexões sobre a comunicação organizacional do MMFDH. **Organicom**, v. 19, n. 38, p. 106-122, 2022.
- COSTA, Pollyana Galvão; GOMES, Denise Cristina. Comunicação Pública em tempos de pandemia: Análise da página da Secretaria de Estado da Saúde do Maranhão no Instagram. **Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Universidade Federal da Bahia, 1 a 10 de dezembro de 2020.
- CURTINOVI, Jéfferson; MESQUITA, Wákila. De que Comunicação Pública estamos falando? **Anais do 37º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Unila, 2 a 5 de setembro de 2014.
- DACOMBE, Rod. Systematic Reviews in Political Science: What Can the Approach Contribute to Political Research? **Political Studies Review**, v. 16, n. 2, p. 148-157, 2018.
- DUARTE, Jorge. (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- GIL, Patricia Guimarães. A Comunicação Pública no desenvolvimento do turismo regional: uma questão de direitos e oportunidades de deliberação. **Anais do 36º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Universidade Federal do Amazonas, 4 a 7 de setembro de 2013.
- HENRIQUES, Márcio Simeone; CALDEIRA, Jessica Antunes. Condições de publicidade em fóruns de accountability: o potencial de mobilização de públicos para a supervisão civil. **Anais do X Congresso**

**Abrapcorp, Universidade Anhembi-Morumbi**, 17 a 20 de maio de 2016.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação Pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza (Org.). **Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA-USP, 2012. p. 13-29.

GONÇALVES, Aline Lima. Uso de resumos e palavras-chave em Ciências Sociais: uma avaliação. **Encontros Bibli**, v. 13, n. 26, p. 78-93, 2008.

LUZ, Ana Javes. O desmonte da Comunicação Pública e a desdemocratização do Brasil. **Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Universidade Federal do Pará, 2 a 7 de setembro de 2019.

MASSARANI, Luisa et al. Confiança, atitudes, informação: um estudo sobre a percepção da pandemia de COVID-19 em 12 cidades brasileiras. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 8, p. 3265-3276, ago. 2021.

MASSUCHIN, Michele Goulart; OLIVEIRA, Paula Andresa de. De Abatiá a Xambê: a atuação dos legislativos municipais no Facebook e a presença dos conceitos de proximidade, transparência e accountability na Comunicação Pública. **E-Legis**, v. 14, n. 36, p. 167-190, 2021.

MATOS, Heloiza; GIL, Patricia Guimarães. **Comunicação, políticas públicas e discursos em conflito**. São Paulo: ECA-USP, 2019.

MATOS, Heloiza; PEREIRA FILHO, Jorge. **A participação na Comunicação Pública**: para além do consenso. Anais do 25º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Goiás, 7 a 10 de junho de 2016.

MIOLA, Edna; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. 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, Edna; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. Por uma definição de Comunicação Pública: Tipologias e experiências brasileiras. **Anais do VII Congresso da Compólítica**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 10 a 12 de maio de 2017.

OLIVEIRA, Maria José da Costa; MATOS, Heloiza. Comunicação Pública nas instituições de ensino: debate e participação política na formação para a cidadania. **Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo, 4 a 7 de setembro de 2016.

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

PIMENTA, Laura Nayara. A interlocução entre poder público e cidadãos na proposta de gestão compartilhada da prefeitura de Belo Horizonte. **Organicom**, v. 12, n. 23, p. 51-64, 2015.

QUEIROZ; Daniela Gralha de Caneda; FILHO, Jayme Leiro Vilan. A autoria única nas publicações científicas: uma revisão de literatura. **Em Questão**, v. 25, n. 3, p. 269-295, set./dez. 2019.

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

ROTHBERG, Danilo; GIORGI, Bruna Silvestre Innocenti. Comunicação Pública e qualidade da informação sobre políticas públicas para mulheres nos portais web governamentais. **Organicom**, v. 14, n. 26, p. 167-179, 2017.

SENA, Patrícia Rakel de Castro; LEAL, Pablo Pinheiro Corrêa. A (des)caracterização da comunicação pública: a EBC de Temer a Bolsonaro. **ANIMUS – Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 20, n. 44, p. 1-18, 2021.

SILVA, José Aparecido da; BIANCHI, Maria de Lourdes Pires. Cientometria: a métrica da ciência. **Paidéia**, v.

11, s. n, p. 5-10, 2001.

WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos (Orgs.). **Comunicação Pública e Política: pesquisa e práticas**. Florianópolis: Insular, 2017.

WEBER, Maria Helena; LOCATELLI, Carlos. Realidade e limites da pesquisa empírica em Comunicação Pública. **MATRIZES**, v. 16, n. 1, p. 141-159, 2022.

WEBER, Maria Helena. Estratégias da comunicação de estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, Margarida (Org.). **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. p. 101-119.

WEBER, Maria Helena. Comunicação organizacional, a síntese. Relações públicas, a gestão estratégica. **Organicom**, v. 6, n. 10/11, p. 70-75, 2009.

WEBER, Maria Helena. Na Comunicação Pública, a captura do voto. **Logos**, v. 27, n. 14, p. 21-42, 2007.

---

Michele Goulart Massuchin é docente dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) e Ciência Política (PPGCP) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados e redação do manuscrito.

---

Claudia Irene de Quadros é docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados e redação do manuscrito.

---

Naiza Comel é doutoranda e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), bolsista do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informativas (INCT-DSI/CNPq). Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; coleta e codificação de dados, interpretação dos dados; apoio na revisão de texto e redação do manuscrito.

---

Fabia Ioscote é doutoranda e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa, coleta e codificação dos dados, produção dos gráficos e tabelas, interpretação dos dados e redação do manuscrito.

---

Paula Andressa de Oliveira é doutoranda e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica e coleta e codificação dos dados.

---

Chirlei Khols é doutoranda e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; coleta e codificação dos dados e apoio na revisão de texto.