

Comunicação Pública em Políticas de Comunicação de Universidades Públicas Federais: estudo preliminar sobre as noções a serem contempladas¹

Maria Eduarda Thaddeu Pedroso²
Jaqueline Quincozes da Silva Kegler³
Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

RESUMO

Este texto apresenta resultados parciais de uma pesquisa que visa analisar Políticas de Comunicação de Universidades Federais do Sul do país. O estudo discute a temática do âmbito público da comunicação a fim de propor uma matriz conceitual que contribua para o debate de atualização teórica e prática desses documentos, especialmente a Política de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria que deverá instaurar sua revisão nos próximos meses, articulada ao processo de construção no Plano de Desenvolvimento Institucional. Com esse objetivo, emprega a pesquisa bibliográfica (Gil, 2002). Nesse sentido, aborda o conceito de Comunicação Pública segundo o pensamento de Duarte (2007); Brandão (2007); Monteiro (2007) e Weber (2007) e a partir destas referências quantifica e conceitua noções basilares recorrentes sobre o tema.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública; Política de Comunicação; Universidade Pública Federal; Termos; Interesse Público;

Introdução

Na contemporaneidade, as universidades federais têm sido alvo de sucessivas ofensivas a fim de descredibilizá-las. Impulsionadas pelo governo do mandato passado (2019-2022), as instituições sofreram cortes orçamentários, intervenções políticas e difamações (Chaves; Araujo, 2022). Frente a esse cenário, evidencia-se a importância de políticas de comunicação em universidades públicas, para que estas disponham de normativas para a orientação de suas ações e exercícios, a fim de reestruturar uma relação de confiança e prestígio com a população.

Em vista disso, o presente estudo busca compreender as principais noções teóricas e práticas relacionadas ao conceito Comunicação Pública (C.P) no contexto brasileiro. A partir da identificação dessas noções, propõe-se estabelecer diretrizes de avaliação de uma política de comunicação de uma universidade pública, ou seja, quais termos teria de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos da Comunicação - GT10SU, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Relações Públicas da FACOS-UFSM. Email: maria.pedroso@acad.ufsm.br

³ Professora do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da UFSM. Email: jaqueline.kegler@ufsm.br

contemplar no texto que direciona a sua prática. Mais especificamente, apresenta como finalidade configurar um instrumento de auxílio na atualização da Política de Comunicação da UFSM, processo que tende a ser instaurado no decorrer de 2026.

Para tanto, neste recorte, emprega como abordagem metodológica a pesquisa bibliográfica, abordando o conceito de Comunicação Pública a partir do pensamento de Duarte (2007); Brandão (2007); Monteiro (2007) e Weber (2017). Em estudos futuros serão contempladas obras mais atuais, com objetivo de verificar a existência de tematização de problemáticas que já afetam a práxis diária nessas instituições, como a acessibilidade e a inteligência artificial.

A Comunicação Pública

Com o término da Ditadura Militar no Brasil (1885), uma nova onda de liberdade política e de expressão surgiu. A pressão popular para a participação cidadã e para o atendimento de suas exigências fizeram com que o Estado, as instituições e o setor privado percebessem a importância de manter um bom relacionamento com os seus públicos. Nesta lógica, Brandão (2007) caracteriza a Comunicação Pública como aquela que “ ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais em temas de interesse público” (Brandão, 2007, p.20).

Assim, podemos enxergar a perspectiva pública da comunicação como mais do que um campo do conhecimento. Duarte a caracteriza como a postura de praticar o processo comunicativo fundamentado na transparência, visando o fortalecimento do interesse coletivo e da cidadania, o estímulo à participação ativa da sociedade por meio do diálogo e da expressão e a garantia do direito à informação (Duarte, 2007).

Em concordância com o autor, Monteiro esclarece a singularidade da área como o emprego da informação de interesse público a fim de qualificar a população para exercer seus direitos e obrigações cidadãs (Monteiro, 2007). A adoção da Comunicação Pública contribui para o cumprimento de princípios básicos de administração pública, nesse viés, Weber também a relaciona com o interesse público, inferindo que a C.P assume o papel de defesa à democracia, a fim de garantir a qualidade das práticas democráticas e o benefício dos cidadãos (Weber, 2017).

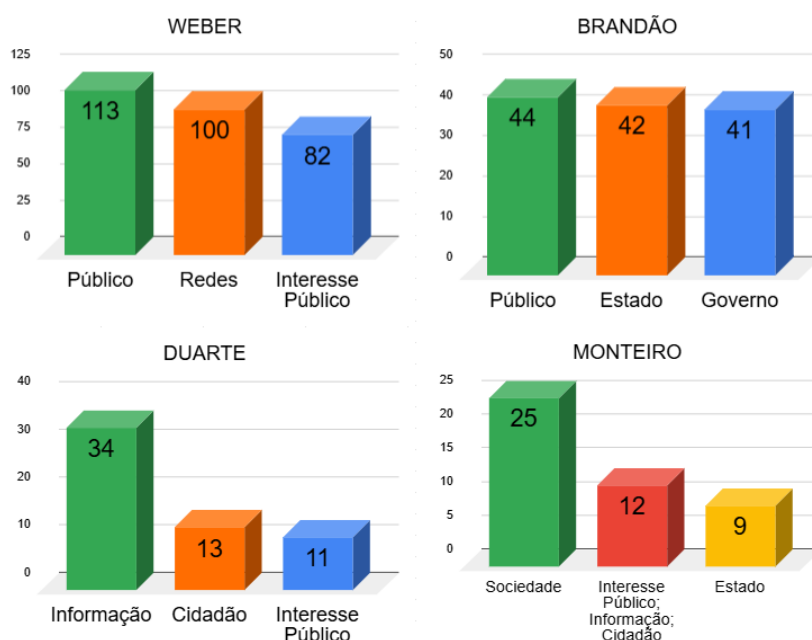
Metodologia e análise de noções basilares sobre Comunicação Pública

Para o estudo exploratório acerca do conceito de Comunicação Pública, empregamos a pesquisa bibliográfica. Conforme Gil (2022), a técnica concerne aquela cuja fundamentação sucede da análise de diferentes obras analíticas sobre um tema.

A fase de análise limita-se à identificação de termos basilares, por serem recorrentes, nas obras selecionadas como fundamentos do conceito de comunicação pública no Brasil, a saber: Duarte (2007); Brandão (2007); Monteiro (2007) e Weber (2017). Para tanto, após o desenvolvimento de pesquisa bibliográfica e interpretação das propostas, utilizamos o apoio de inteligência artificial (IA) *Deep Seek Chat*, da empresa *Deep Seek*, e *Gemini*, da *Google*, para identificar os termos recorrentes. Ambas atuam no modelo de assistente virtual via bate-papo e são baseadas no Modelo de Linguagem Grande. Em 07 de maio de 2025, enviamos o conteúdo textual das obras para as IA's solicitando que identificassem os cinco termos mais recorrentes⁴. Face aos dados fornecidos, verificamos manualmente a recorrência dos termos em cada obra.

Resultados parciais: noções essenciais à comunicação pública e suas políticas

Figura 1: principais termos na obra de a) Weber; b) Brandão; c) Duarte; d) Monteiro

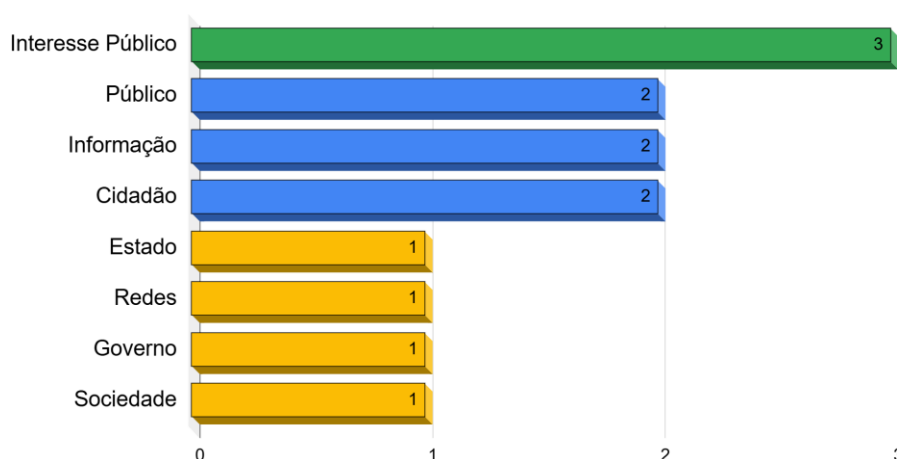


Fonte: Autoria própria

⁴ Este processo se repetiu quatro vezes em ambas IA's, uma vez para cada obra supracitada. Disponível em: [DeepSeek - Into the Unknown](https://deepseek.com/) e <https://gemini.google.com/app/2f2be8b6a7f5b8be?hl=pt-BR>

A análise da figura 1 evidencia as principais preocupações teóricas das produções. No caso de Monteiro, o termo mais frequente é “sociedade”, com 25 ocorrências, seguido dos termos “informação”; “cidadão”; e “interesse público”, ambos com 12 registros. Por último está o termo “estado”, com 9 incidências. Já a obra de Duarte apresenta uma concentração no termo “informação”, com 34 ocorrências. Os termos “cidadão”, com 13 registros, bem como “interesse público” e “diálogo”, com 11 incidências cada, também são relevantes. Na obra de Weber, destaca-se a frequência do termo “público”, com 113 ocorrências, superior aos termos “interesse público”, com 82 registros e “redes”, com 100 incidências. Por fim, a obra de Brandão apresenta uma distribuição mais equilibrada entre os termos, já que “público” detém 44 ocorrências, “estado” 42 registros e “governo” 41 usos.

Figura 2: Quantidade de obras nas quais os termos apresentam-se como os 3 mais citados



Fonte: Autoria Própria

A figura 2 expõe a quantidade de obras nas quais os termos apresentam-se como um dos três mais citados. Sob essa perspectiva, o termo de maior manifestação é “interesse público” - incluindo as variações “interesse geral”, “interesse coletivo”, “interesse comum” e “interesse da opinião pública” - estando entre os mais referidos em três obras. Em seguida, os termos “público”, “informação” e “cidadão” ocupam a posição de maior ocorrência em duas obras. Por fim, destacam-se como os termos mais recorrentes em uma das obras consideradas “Estado”, “redes”, “governo” e “sociedade”.

Em todas as perspectivas teóricas, o termo “interesse público” é evidenciado como foco da Comunicação Pública, sendo o critério norteador para definir a área na medida que o favorece frente a qualquer outro tipo de interesse.

Os termos “cidadão”, “público” e “sociedade” são abordados no sentido de estimular suas participações nos processos que se instauram entre Estado, Governo e população. Sob essa lógica, percebe-se também as referências aos termos “Estado” e “Governo”, dado que a Comunicação Pública configura um processo comunicativo que possibilita a negociação entre os interesses estaduais e governamentais com os interesses dos cidadãos. Logo, o âmbito público da comunicação pode ser visto como o poder político da sociedade civil organizada no desempenho de seus direitos e na sua influência na elaboração de políticas públicas (Brandão, 2007).

Além disso, Monteiro (2007) define como singularidade da Comunicação Pública, a sua contribuição na escuta da opinião dos públicos quanto às suas demandas ou seus posicionamentos com relação à tomada de decisões do Estado.

Os autores são coerentes ao contextualizar o termo “informação”, definindo que a Comunicação Pública deve trabalhar sempre com informações de interesse público. Para Duarte, a responsabilidade de garantir o acesso à informação a toda a população, incluindo aquela parcela que não a procura, atua como intermédio na atividade de “acesso e uso dos outros direitos referentes à cidadania” (Duarte, 2007, p.62). Para tal, a C.P precisa estar interessada em tornar o processo comunicacional entendível e acessível para o cidadão, o que implica o uso de linguagem adequada e a adaptação às suas necessidades (Duarte, 2007).

No que concerne às citações do termo “redes”, Weber (2017) conceitua as *redes de comunicação pública* como capazes de incidir sobre decisões de interesse público e de deliberar na democracia nos âmbitos do Estado, da sociedade e das mídias. Portanto, apresentam “poder em potencial na tomada de posições, reações e deliberações em relação a temas” (Weber, 2017, p.45).

Considerações Finais

Ao longo deste trabalho, pode-se compreender noções basilares relacionadas à perspectiva teórica e nacional do conceito de Comunicação Pública. Diante dos dados da análise quantitativa, é possível sugerir algumas inferências sobre o campo de

conhecimento: I) O interesse público como enfoque da Comunicação Pública é unânime em todas as contribuições; II) O foco do processo comunicativo da Comunicação Pública está na escuta do público, das suas necessidades e reivindicações; II) A garantia do acesso à informação de interesse público deve ocorrer em função do exercício dos direitos e da participação cidadã.

Para a continuidade do estudo, serão investigadas obras publicadas nos últimos três anos, com objetivo de verificar a existência da tematização de problemáticas que já afetam a práxis diária do âmbito público da comunicação, especialmente nas universidades públicas federais do país.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007. p. 1-13.

CHAVES, V. L. J.; ARAUJO, R. S. **A Ofensiva Neoconservadora Contra as Universidades Federais no Brasil**. Rev. Int. Educ. Super, Campinas , v. 8, e022045, 2022 . Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/pdf/riesup/v8/2446-9424-riesup-8-e022045.pdf>. Acesso em: 01. mai. 2025.

DUARTE, J. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A. C. Como classificar as pesquisas?. In: GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. p. 41-55.

MONTEIRO, Graça França. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. (Org). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007.

WEBER, M. H. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, M. H; COELHO, M. P.; CARLOS, L. (Org) **Comunicação Pública e Política - pesquisas e práticas**. Florianópolis: Insular, 2017. p. 23 - 56.