

Comunicação Pública e Universidades: Análise Sistemática das Pesquisas Nacionais e Internacionais¹

Sendi Chiapinotto Spiazzi²
Rejane de Oliveira Pozobon³
Gabriela Pereira de Melo⁴

Resumo

Este artigo apresenta uma bibliometria e uma revisão sistemática de pesquisas sobre comunicação pública e universidades realizadas no Brasil e no mundo. O objetivo é colaborar para uma sistematização das pesquisas voltadas para a relação entre comunicação pública e universidades e para a atuação de profissionais da área. As bases de dados consultadas foram Scopus, Banco Nacional de Teses e Dissertações e anais da Compós e Compólitica. Os achados internacionais demonstram foco na comunicação estratégica e na gestão de comunicação. A produção nacional enfatiza a presença nas mídias sociais e divulgação científica.

Palavras-chave

Comunicação Pública; Universidade; Bibliometria; Revisão Sistemática.

Introdução

Como pesquisadores, estamos sempre estudando. Para Mills (2009), ao construir o artesanato intelectual e desenvolver nosso problema de pesquisa, devemos observar o mundo e as temáticas que envolvem nosso objeto. Ao examinar o que outros autores produziram, é possível aprender diretamente repetindo os pontos do autor; aceitar ou refutar suas teorias e inferências; tomar sugestões para nossas próprias elaborações e projetos.

Tomando a última possibilidade, este artigo apresenta uma bibliometria e revisão sistemática de pesquisas internacionais sobre comunicação pública e universidades, realizadas

¹ Trabalho apresentado na modalidade Comunicações Livres, atividade integrante do XVIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Mestre em Gestão de Organizações Públicas (UFSM), Bacharel em Relações Públicas (UFSM), integrante do Grupo de Pesquisa Mídia, Discurso e Comunicação Pública (CNPq/UFSM). sendi.spiazzi@ufsm.br.

³ Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação (UFSM). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Mestre em Educação (UFSM), Bacharel em Jornalismo e Relações Públicas (UFSM). Líder do Grupo de Pesquisa Mídia, Discurso e Comunicação Pública (CNPq/UFSM). rejane.pozobon@ufsm.br

⁴ Doutoranda em Comunicação (UFSM). Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins (UFT), bacharel em Jornalismo (UFT), integrante do Grupo de Pesquisa Mídia, Discurso e Comunicação Pública (CNPq/UFSM), bolsista CAPES. gabriela.melo@acad.ufsm.br

de 2003 a 2022, a partir da base de dados Scopus, utilizando o software *Bibliometrix* para análises matemáticas e geração de gráficos.

Complementando o estudo, também realizamos uma análise sistemática das pesquisas desenvolvidas no Brasil entre 2013 e 2022, sobre comunicação pública e instituições federais de ensino superior. As bases de dados consultadas foram Banco Nacional de Teses e Dissertações e anais da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e da Associação de Pesquisadores em Comunicação Política (Compolítica).

O objetivo deste trabalho é colaborar para uma sistematização das pesquisas voltadas para a relação entre comunicação pública e universidades, além de auxiliar na prática de profissionais que atuam na comunicação dessas instituições, tão importantes para a manutenção e divulgação de temas de interesse público na sociedade.

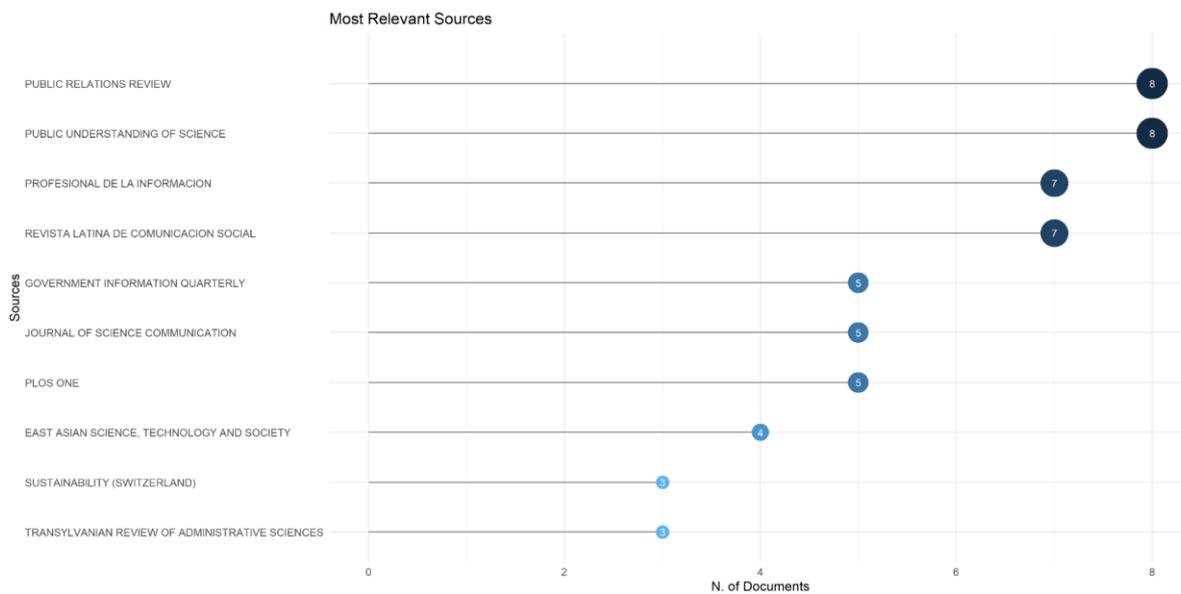
Bibliometria da Produção Científica Internacional

A bibliometria se caracteriza pela análise da produção científica sobre determinado tema, buscando obter “indicadores que retratam o grau de desenvolvimento de uma área do conhecimento de um campo científico ou de saber” (Araújo & Alvarenga, 2011, p. 51).

A pesquisa foi realizada na base de dados Scopus no dia 13 de maio de 2023. No campo “*Article title, Abstract, Keywords*”, buscamos as palavras-chave “*public communication*” AND “*public administration*” OR “*government*” OR “*public institution*” OR “*university*”. Encontramos 621 artigos no total. Ao restringir a busca para os últimos 20 anos (entre 2003 e 2022), reduzimos a amostra para 565 artigos. Uma nova restrição por áreas do conhecimento - Ciências Sociais, Artes e Humanidades, Administração e afins, Ciência da Decisão, Ciência da Computação e Multidisciplinar - resultou em 436 textos. Por fim, utilizamos a base de 300 artigos finais publicados, descartando artigos no prelo, resenhas e outros trabalhos. Os dados gerados foram inseridos no software *Bibliometrix* para análises matemáticas e geração de gráficos.

Iniciamos a análise pelas fontes de pesquisa. As revistas com maior número de publicações são *Public Relations Review*, *Public Understanding of Science* (ambas publicadas em língua inglesa, com 8 publicações cada), *Profesional de la Información* e *Revista Latina de Comunicación Social* (ambas publicadas em língua espanhola, com 7 publicações cada), como observado na figura 1.

Figura 1 - Gráfico com revistas mais relevantes da área pelo número de publicações

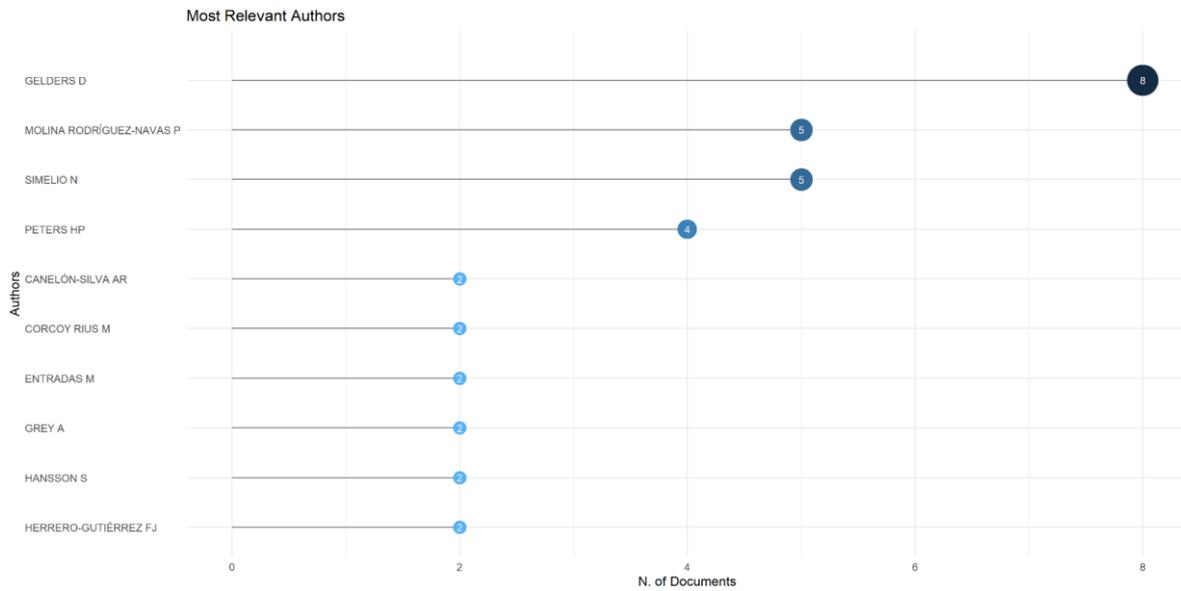


Fonte: gerado pelo software *Bibliometrix*

Os autores mais relevantes são Dave Gelders (Escola de Pesquisa em Comunicação de Massa de Lovaina, Bélgica) com 8 publicações; Pedro Molina Rodríguez-Navas e Nuria Simelio Sola (ambos da Universidade Autônoma de Barcelona, Espanha) com 5 publicações cada, conforme demonstrado na figura 2.

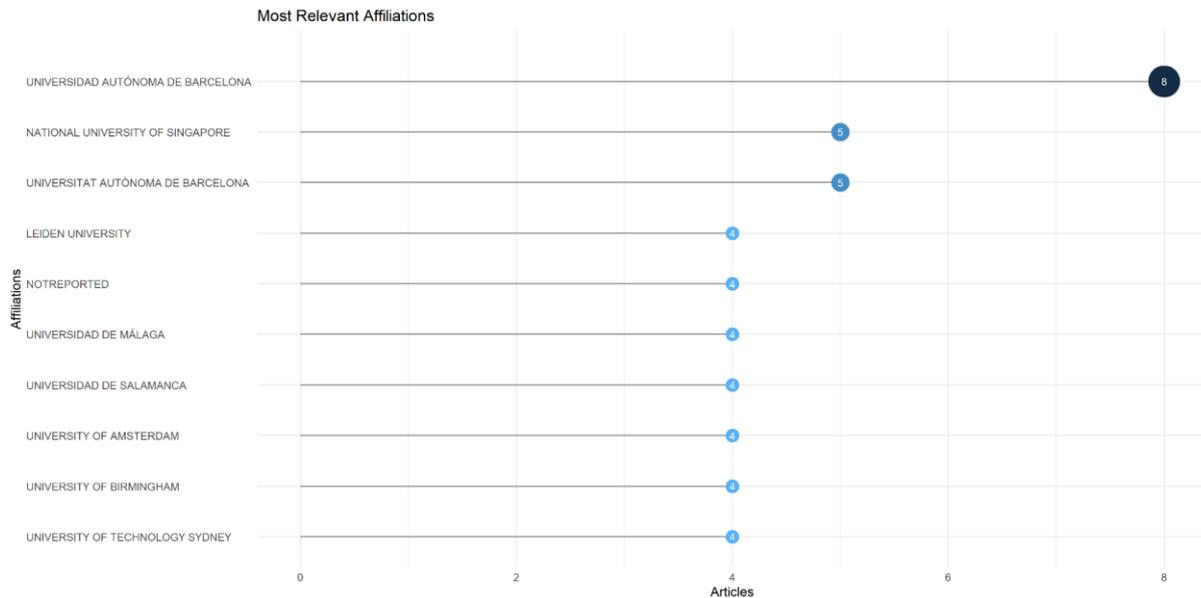
A maior parte das publicações são da Universidade Autônoma de Barcelona, que aparece duas vezes na figura 3 (escrito em espanhol e em catalão), totalizando 13 publicações. Esse fato decorre em função de dois dos autores que mais publicam (Molina e Simelio) serem professores desta universidade.

Figura 2 - Gráfico com autores mais relevantes de acordo com o número de publicações



Fonte: gerado pelo software *Bibliometrix*

Figura 3 - Gráfico com universidades mais relevantes de acordo com o número de publicações

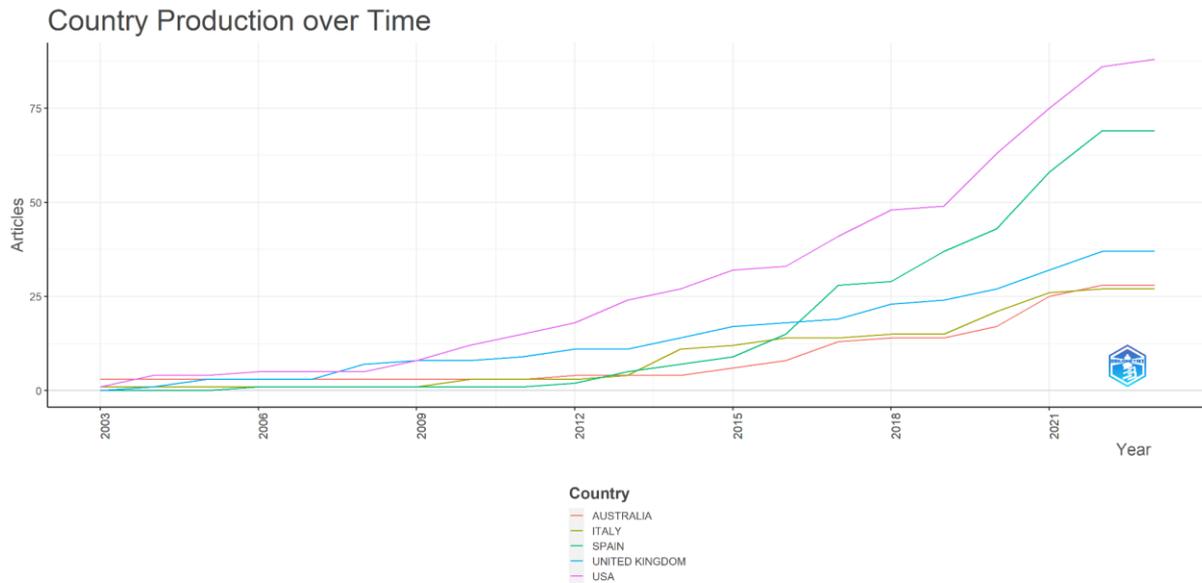


Fonte: gerado pelo software *Bibliometrix*

Apesar do grande número de publicações oriundas da Universidade Autônoma de Barcelona, a Espanha (linha verde) aparece em segundo lugar entre os países que mais publicam

sobre o tema ao longo dos anos. O primeiro lugar é dos Estados Unidos da América (linha rosa) e o terceiro do Reino Unido (linha azul), o que pode ser observado na figura 4.

Figura 4 - Gráfico com a produção científica por países ao longo do tempo



Fonte: gerado pelo software *Bibliometrix*

Retirando a palavra-chave “*public communication*”, que foi utilizada como termo de busca na base de dados Scopus, as palavras associadas que mais aparecem nas pesquisas são: “*social media*” (25), “*transparency*” (19), “*covid-19*” (13) e “*science communication*” (13). A nuvem de palavras apresentada na figura 5 é formada por palavras-chave definidas pelos autores no campo “*keywords*” dos artigos.

Aqui, é possível fazer algumas inferências. Apesar da pesquisa trazer artigos dos últimos 20 anos, a palavra-chave “*covid-19*”, doença que surgiu a partir de 2019 apenas, já é uma das mais citadas, o que indica uma grande produção científica em torno do tema, inclusive na área de comunicação. Além disso, a palavra-chave “*science communication*” possivelmente aparece em destaque, pois um dos termos de pesquisa foi “*university*”, ou seja, muitos dos artigos publicados em torno de comunicação pública em universidades provavelmente são investigações acerca da comunicação da ciência ou divulgação científica.

pequeno, em azul, indica a pesquisa de “*governmental communication*” em conjunto com o “Twitter” e com o método “*critical discourse analysis*” (análise crítica de conteúdo). Por fim, o cluster verde, que também observamos no gráfico anterior concentrado nos anos 2020 a 2023, conecta os estudos de comunicação pública a “*covid-19*”, “*coronavirus*” e “*crisis communication*”.

Entre os trabalhos encontrados nesta busca, a maioria trata da comunicação realizada por órgãos governamentais (prefeituras, ministérios), com foco na governança, na presença digital de personalidades políticas, crise da Covid-19 e outras crises como desastres naturais. Villodré (2020) avaliou teoricamente forças e fraquezas do uso das mídias sociais pela administração pública, entrecruzando conceitos de governo aberto e governança pública inteligente. O autor fez uma revisão teórica e prática dos modelos teóricos para estudar a adoção de tecnologias digitais pelo setor público, evidenciando como as redes podem ampliar as formas de comunicação e facilitar a prestação de serviços, porém alertando para a falta de estudos sobre os cuidados necessários com as lógicas algorítmicas das plataformas. Para além deste autor, aprofundamos a análise naqueles que mais podem contribuir com a temática em questão, comunicação pública realizada pelas universidades.

Simancas-González e García-López (2017) avaliaram, por meio de entrevistas com profissionais, como ocorre a gestão da comunicação nas universidades espanholas. Os resultados mostraram uma predominância na gestão de imagem, com foco na internacionalização, com atendimento à imprensa e produção de conteúdo em mídias próprias (sites, blogs, mídias sociais), porém com um caráter pouco estratégico e mais difusionista de informação.

Ainda no contexto da educação superior espanhola, López-Pérez e Olvera-Lobos (2016) avaliaram a comunicação da ciência das universidades e dos centros de investigação científica da Espanha em blogs e mídias sociais como Facebook, Twitter e YouTube por meio do número de seguidores e da frequência de posts. Na época do estudo (2014), a presença não ultrapassava os 40%.

Já no contexto da Suíça, Fürst et al (2022) realizaram uma *survey* com a direção de 196 universidades suíças para verificar o papel da comunicação da ciência junto ao público. Os resultados mostraram uma comunicação cada vez mais profissional e estratégica com o objetivo de construir uma reputação pública e competir com outras universidades.

Rowe (2017) avaliou a midiaticização das universidades a partir da divulgação da produção de conhecimento, sugerindo que as práticas de comunicação pública destas instituições transformam-nas em salas de imprensa gigantes, mobilizando pesquisadores e jornalistas para a divulgação científica midiaticizada. Percebemos que ainda há poucos trabalhos no mundo sobre a comunicação pública realizada por universidades. Por isso, ampliamos a pesquisa para teses, dissertações e artigos desenvolvidos no Brasil.

Produção Brasileira sobre Comunicação Pública e Universidades

Com o objetivo de estender esta investigação ao âmbito da produção científica no Brasil, realizamos também uma meta-análise sobre comunicação e universidades nos aspectos quantitativo (quantidade de produção) e qualitativo (diferentes enfoques) nos últimos dez anos. Para tanto, os termos “comunicação” e “universidade” foram pesquisados no campo “Assunto” do Banco Nacional de Teses e Dissertações no dia 14 de janeiro de 2023. Foram encontrados 74 trabalhos que, de fato, alinham essas duas temáticas na pesquisa.

A partir de uma breve análise bibliométrica, encontramos 62 dissertações de mestrado e 12 teses de doutorado. A maioria das pesquisas foi realizada nos anos 2015 (15), 2019 (13) e 2018 (10), respectivamente. As universidades que mais produzem são Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) com nove trabalhos, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e Universidade de Brasília (UnB), ambas com seis trabalhos cada. Como já era esperado, os programas de pós-graduação são, majoritariamente, das áreas de Comunicação e afins (19), Gestão ou Administração Pública (14), Educação e afins (12). Além dos termos “comunicação” e “universidade”, as palavras-chave mais citadas nas pesquisas são “tecnologias da informação e comunicação/TICs” (18), “divulgação/comunicação científica” (13), “redes/mídias sociais” ou “comunicação digital” (10).

Iniciando pela discussão sobre presença e reputação das universidades nas redes e mídias sociais, Stasiak (2013) abordou uma visão positiva quanto à presença das instituições federais de ensino superior nas mídias sociais, mencionando uma descentralização do polo emissor característico dos veículos tradicionais. Em seu estudo de caso, a autora analisou o conteúdo e a atuação da Universidade Federal de Goiás (UFG) nas mídias sociais em oposição a uma tendência de comunicação mais verticalizada e transmissionista de meios como rádio, TV e mídia impressa. Na mesma linha, Muniz (2014) analisou, por meio de entrevistas e observação direta, as práticas de comunicação e a necessidade de midiaticização da Biblioteca da

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) num ambiente web 2.0, alinhado ao olhar mais otimista dos estudiosos da internet daquela década, que viam a internet e as mídias sociais como possibilidade de horizontalizar e tornar a comunicação mais acessível de todos para todos.

Ainda sobre midiatização da ciência, Costa (2019) analisou, por meio de uma pesquisa exploratória e de conteúdo, os portais das universidades federais da região Nordeste com o objetivo de identificar o uso de tecnologias digitais. O autor constatou que das 18 universidades federais, apenas cinco realizaram ações sistemáticas de Comunicação Pública da Ciência.

Silva (2017) também estudou a presença das universidades - 12 instituições avaliadas com conceito 5 do Cadastro e-MEC de Instituições e Cursos de Educação Superior - em plataformas digitais, avaliando, pela metodologia de análise de conversação, como elas usaram essas plataformas para interação com o público numa perspectiva de ouvidorias virtuais, considerando os sites de redes sociais uma virtualização do tradicional “fale conosco”. Em sua análise, identificou que predomina a interação assíncrona com os públicos e que as instituições não consideravam seus sites e perfis no Twitter como canais de ouvidoria. Veloso (2019) analisou, por meio da netnografia e da Análise de Redes Sociais online (ARS), a presença da Universidade Federal da Bahia (UFBA) nas mídias sociais para disseminação de conteúdo, criticando a falta de uma troca mais dialógica no uso institucional dessas mídias.

Lima (2017), quando avaliou a presença de universidades mineiras nas mídias sociais, também salientou a falta de interatividade e conversação. Porém, valorizou a divulgação científica com uma linguagem mais solta, típica desse ambiente virtual e identificada a partir de uma análise de conteúdo híbrida. Também com viés de divulgação científica, Souza (2016) realizou uma observação sistemática e entrevistas em profundidade com criadores de conteúdo para demonstrar como o Museu da Universidade Federal do Pará (UFPA) se colocava nas mídias sociais para aumentar a interação com os públicos e como essa experiência online possibilitou modificar e complementar a visita offline. Já Toniazzi (2021) analisou o conteúdo de divulgação científica de três instituições públicas de ensino superior do estado de Roraima e constatou ainda pouca produção sobre o tema, sugerindo o marketing de conteúdo como estratégia de comunicação.

Caetano (2021) avaliou a presença das universidades públicas federais no Facebook, relacionando esta presença com as diretrizes presentes na Política de Comunicação das instituições através de análise documental, avaliação da presença online e entrevista com

profissionais que atuavam na área. A pesquisa identificou que menos de um quarto das universidades federais possuíam uma Política formalizada e que estas apresentaram normativas e melhores resultados de comunicação e de participação pública na mídia social.

Já Tropiano (2020) ao analisar a fanpage #UERJResiste, abordou não apenas a presença da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) nas mídias sociais, como também o movimento social em rede criado pela instituição no período em que teve suas atividades suspensas no ano de 2017, durante uma crise do governo do estado do Rio de Janeiro.

Também investigamos artigos publicados nos últimos 10 anos sobre as temáticas comunicação pública, universidade e mídias sociais nos anais da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e da Associação de Pesquisadores em Comunicação Política (Compolítica). Encontramos oito artigos no site da Compolítica e quatro no site da Compós. Os anos com maior número de publicações são 2023 (com seis artigos) e 2017 (com dois). As universidades que mais publicam sobre os temas são a Universidade Federal do Paraná (UFPR) com três artigos e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) com dois artigos. As palavras-chave mais citadas nas pesquisas são “Comunicação Pública” (com sete menções); “Redes sociais/Mídias sociais/Redes digitais ou “Twitter” (com quatro menções); “Divulgação/Produção científica”; “Comunicação institucional” e “Universidades federais/públicas” (com duas menções cada).

Num âmbito mais teórico da comunicação pública, Massuchin et al (2023) realizaram uma análise bibliométrica de 276 trabalhos sobre comunicação pública. Com isso, detectaram uma predominância de pesquisas no Sul e Sudeste sobre comunicação do Estado e seu cruzamento com a comunicação política, além da consolidação da comunicação digital por meio das mídias sociais. Carnielli (2023) fez uma revisão bibliográfica e uma reflexão sobre como violações nos princípios da comunicação pública (crítica, aberta ao debate e plural) são produzidas por uma comunicação sistematicamente distorcida e cínica sustentada por assimetrias de poder entre os interlocutores, a qual impõe barreiras à interação dialógica.

Miola & Marques (2017) mapearam a literatura sobre comunicação pública para reconhecer as iniciativas midiáticas desenvolvidas pelas instituições do Estado brasileiro, a partir de uma análise de conteúdo. As práticas indicaram aproximação com cidadãos e representantes por meio do incentivo à participação; melhora nos fluxos administrativos e entrega de serviços; transparência e prestação de contas dos governos, comunicação estratégica e construção de imagem.

No âmbito das universidades públicas, Alves (2013) buscou identificar as práticas comunicacionais e as políticas de comunicação das universidades federais brasileiras a partir de análise documental e pesquisa exploratória nos sites das 59 universidades. Ao não encontrar políticas de comunicação institucionalizadas na época, o autor quantificou a atuação da comunicação dessas instituições em jornal impresso e nas mídias sociais (Facebook e Twitter). A falta de periodicidade e de interação entre as publicações demonstrou pouco planejamento das ações e a necessidade de uma política de comunicação para guiar o trabalho.

Ribeiro et al (2021) defenderam a importância da divulgação científica para a formação cidadã ao analisarem a formação de públicos e a relação com a sociedade estabelecida através do projeto Pergunte aos Cientistas, da Agência Escola de Comunicação Pública da UFPR, no qual a população podia esclarecer dúvidas sobre a Covid-19 com pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento.

Falando no papel de formação da cidadania das universidades, Oliveira et al (2023) descreveram e analisaram experiências de comunicação de três universidades: Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) com o Podcasts A3 para a veiculação de entrevistas com pesquisadores e o Selo ODS para a agregação de reportagens de ciência relacionadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável; Universidade de Brasília (UnB) com a Revista Darcy de jornalismo científico e cultural; e Universidade Federal da Paraíba (UFPB) com a estratégia de comunicação mobilizada em torno do Comitê de Políticas de Prevenção e Enfrentamento à Violência contra as Mulheres (CoMu). Os casos analisados reafirmam a importância da comunicação pública e científica para o fortalecimento da cidadania e participação social, além de indicarem a pertinência de políticas de comunicação nas universidades, da construção de redes interinstitucionais de intercâmbio e da produção transmídia.

Relacionando com o âmbito político, Prudencio & Nascimento (2022) analisaram o conteúdo de 14.533 comentários no Facebook e YouTube sobre o corte de verbas das universidades e institutos federais anunciado pelo governo federal em 2019. Os resultados demonstram a polarização e uma falta de debate mais profunda sobre o tema, demonstrando que o ambiente digital, apesar de ampliar o debate, não é propício para a deliberação.

Souza (2023) identificou o modo como as instituições federais de ensino superior reagiram ao discurso evocado pelo ex-ministro da Educação Abraham Weintraub (abril/19 a junho/20) quanto a sua atuação, analisando o conteúdo das notícias publicadas nos portais das

Universidades Federais do Amazonas e do Pará. A autora identificou reações de seletividade temática e de silenciamento quanto a polêmicas. Já Sousa (2023) analisou a aplicação das restrições comunicacionais nas redes sociais das universidades federais brasileiras durante o período das Eleições de 2022, por meio da coleta de textos nas mídias sociais. Identificou problemas na aplicação das medidas, no entendimento das restrições e na falta de exercer um papel mais formativo e de construção da cidadania.

Considerações Finais

A partir da análise realizada na produção científica internacional, percebemos maior número de investigações sobre a relação comunicação pública e universidades na Espanha, com foco na comunicação estratégica e na gestão de comunicação em universidades. Já na produção nacional, os pesquisadores da área estudaram as estratégias de comunicação e de relacionamento das instituições federais de ensino superior nas mídias sociais, em especial, para divulgação científica.

A bibliometria permite analisar a produção internacional de forma mais abrangente, possibilitando avaliar periódicos e países que mais publicam, além de inferir sobre temas adjacentes importantes que conectam as temáticas comunicação pública e universidade, como: divulgação científica, pandemia de coronavírus, governança. E ainda permite avaliar tendências de pesquisas na área, como as análises em mídias sociais.

As pesquisas acadêmicas sobre comunicação e universidades ainda buscam explicar, entender o papel da comunicação nessas instituições, ou ainda, analisar e sugerir a presença das universidades nas mídias sociais. A necessidade de estar presente nessas mídias já está comprovada. O que falta são estudos mais recentes e críticos sobre a disputa por atenção nas plataformas digitais.

A atuação da comunicação dessas instituições nas plataformas digitais é de extrema importância para levar aos usuários temas de interesse público, serviços públicos de qualidade como educação superior, pesquisas, checagem de fatos e informações verídicas em um ambiente regido por algoritmos que definem quais notícias e informações chegam até os usuários.

Referências

ALVES, Cristiano Alvarenga. Mapeamento das políticas de comunicação nas universidades federais; análise de contexto e relação com as estratégias de ação institucional. **Anais V Compolítica**, Curitiba: Universidade Federal do Paraná (UFPR), 2013.

ARAÚJO, R., ALVARENGA, L. (2011). A bibliometria na pesquisa científica da pós-graduação brasileira de 1987 a 2007. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação** (16) 31, 51-70.

CAETANO, Camila de Souza. **Estratégias e política de comunicação em universidades federais brasileiras: Uma Análise do Uso do Facebook**. Dissertação (mestrado profissional) - Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Administração Pública, Universidade Federal de Lavras (UFL), 2021.

CARNIELLI, Fiorenza Zandonade. violações da comunicação pública na comunicação sistematicamente distorcida. **Anais X Compolítica**, Fortaleza: Universidade Federal do Ceará (UFC), 2023.

COSTA, Marcilio José de Sousa. **A Comunicação pública da ciência nos portais das universidades federais da região nordeste**. Dissertação (mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), Universidade Federal de Sergipe (UFS), 2019.

FÜRST, Silke; VOLK, Sophia Charlotte; SCHÄFER, Mike S.; VOGLER, Daniel; SÖRENSEN, Isabel. Assessing changes in the public communication of higher education institutions: A survey of leaders of Swiss universities and colleges. **Studies in Communication Sciences**, 22.3, pp. 515–534, 2022.

LIMA, Pedro Augusto Farnese de. **Visibilidade do conhecimento e deliberações públicas: uma análise das fanpages de universidades federais mineiras**. Dissertação (mestrado acadêmico) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2017. Disponível em <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/6110>>. Acesso em 17 jan. 2023.

LÓPEZ-PÉREZ, Lourdes; OLVERA-LOBO, María-Dolores. Comunicación pública de la ciencia a través de la web 2.0. El caso de los centros de investigación y universidades públicas de España. **El profesional de la información**, v. 25, n. 3, pp. 441-448, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.may.14>> Acesso em: 18 set. 2023.

MASSUCHIN, Michele; QUADROS, Claudia Irene de; IOSCOTE, Fabia Cristiane; OLIVEIRA, Paula Andressa de. Comunicação pública na teoria e na empiria: aspectos da produção científica brasileira recente. **Anais 32º Encontro Anual da Compós**, São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2023.

MILLER, Daniel *et al.* **Como o mundo mudou as mídias sociais**. Londres: UCL Press, 2019.

MILLS, C. Wright. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

MIOLA, Edna; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. Por uma definição de comunicação pública: Tipologias e experiências brasileiras. **Anais VII Compolítica**, Poerto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), 2017.

MUNIZ, Euzebia Maria de Pontes Targino. **Comunicar e interagir em novos espaços: o uso das mídias sociais no Sistema de Bibliotecas da UFRN**. 2014. 108 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação midiática: práticas sociais e produção de sentido), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014. Disponível em <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/16428>> Acesso em: 20 jan. 2023.

OLIVEIRA, Gisele Pimenta de; ARAÚJO, Carolina Pires; LEMOS, Lis; NOGUEIRA, Mônica. Comunicação pública nas universidades: experiências para a promoção da ciência, da cidadania e da equidade. **Anais X Compolítica**, Fortaleza: Universidade Federal do Ceará (UFC), 2023.

PRUDENCIO, Kelly; NASCIMENTO, Louize. Educação sob fogo cruzado: análise dos comentários sobre o corte de verbas das universidades e institutos federais no Facebook e YouTube. **Anais 31º Encontro Anual da Compós**, Imperatriz: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), 2022.

RIBEIRO, Regiane; QUADROS, Claudia Irene; MELO, Patricia Goedert; KOHLS, Chirlei. Participação, cidadania e ciência: a experiência Agência Escola de Comunicação Pública da UFPR. **Anais 30º Encontro Anual da Compós**, São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2021.

ROWE, David. The University as a ‘Giant Newsroom’. The Uses of Academic Knowledge Revisited. **Culture Unbound**, Volume 9, issue 3, pp. 228–239, 2017. Disponível em: <<http://www.cultureunbound.ep.liu.se>> Acesso em: 23 jun. 2023.

SILVA, Carine Simas de. **Comunicação nas plataformas digitais**: um estudo sobre universidades brasileiras com conceito institucional cinco. Dissertação (mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2017. Disponível em <<https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/7612>>. Acesso em: 19 jan. 2023.

SIMANCAS-GONZÁLES, Esther; GARCIA-LÓPEZ, Marcial. Gestión de la comunicación en las universidades públicas españolas. **El profesional de la información**, v. 26, n. 4, pp. 735-744, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.17>> Acesso em: 18 set. 2023

SOUSA, Marcelo Igor de. Impactos das restrições nos perfis em redes sociais das universidades federais durante o período eleitoral 2022 – entre a isonomia necessária e a limitação do acesso a informações. **Anais X Compolítica**, Fortaleza: Universidade Federal do Ceará (UFC), 2023.

SOUZA, Lucimery Ribeiro. **O museu na era virtual**: uma análise sobre os processos comunicativos on-line do Museu da UFPA. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia, Instituto de Letras e Comunicação, Universidade Federal do Pará, Belém, 2016. Disponível em: <<http://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/9367>>. Acesso em: 17 jan. 2023.

SOUZA, Cristiane Naiara Araújo de. Disputa discursiva entre o mec de weintraub e as universidades públicas: seletividade e silenciamento nos portais da Ufam e da UFPA. **Anais 32º Encontro Anual da Compós**, São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2023.

STASIAK, Daiana. **A comunicação organizacional sob a perspectiva da midiaticização social**: novos processos de visibilidade e interação na era da cibercultura. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.unb.br/handle/10482/15119>>. Acesso em: 17 jan. 2023.

TONIAZZO, Rafael. **Divulgação científica digital de três instituições públicas de ciência e pesquisa de Roraima**. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação, Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, 2021.

TROPIANO, André Luís Cardoso. **Narrativas de resistência: o movimento social em rede #UERJResiste no Facebook**. Dissertação (mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2020. Disponível em <<http://www.btd.uerj.br/handle/1/10087>>. Acesso em: 19 jan. 2023.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WALL, Martijn. **The Platform Society**: public values in a connective world. Oxford: Oxford University Press, 2018.

VELOSO, Josemara. **As mídias sociais e a imagem de uma universidade federal**: uma observação das fanpages da UFBA. Dissertação (mestrado) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019. Disponível em <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/30448>>. Acesso em 17 jan. 2023.

VILLODRÉ, Julián. Redes sociales (en las administraciones públicas). **Revista en Cultura de la Legalidad**, 19, pp. 375-390, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.20318/economia.2020.5718>>
Acesso em: 18 set. 2023.