Política de comunicação no âmbito bibliométrico: cultivo de impasses, potencialidades e desafios

Bibliometric Study On Communication Policy: cultivation of impasses, potentialities and challenges

Marcelo Calderari Miguel

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), Rio de Janeiro, Brasil
marcelocalderari@yahoo.com.br

Luiz Carlos da Silva

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), Rio de Janeiro, Brasil
luizarquivologia@gmail.com.pt

Resumo

A Política de Comunicação é considerada um elemento essencial em negócios e estratégias. Nessa via, situando uma revisão bibliográfica averigua-se como a literatura científica sobre o Política de Comunicação se internaliza-se na âmbito da Ciência da Informação. Apresenta-se indicadores bibliométricos para a tema Política de Comunicação diante a Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (Brapci). O estudo exploratório, situa uma análise quali-quantitativa e usa preceitos bibliométricos para avaliar a produtividade de comunidades científicas ou a efetividade/impacto de uma memória na ciência. O diagnóstico localiza 152 artigos indexados, dos quais 118 se enquadram nos parâmetros estabelecidos no recorte amostral. O estudo evidência os principais pesquisadores, períodos de produtividade e veículos de publicação da temática. Na conclusão cita-se que a Política de Comunicação é um imprescindível construto da Ciência da Informação, uma vez que, através da interdisciplinaridade, a expansão das concepções que estão além do que as práticas organizacionais aprimoram cada vez mais o olhar crítico à mediação

Abstract

The Communication Policy is considered an essential element in business and strategies. In this way, placing a bibliographic review as the scientific literature on communication is internalized in the scope of Information Science. Bibliometric indicators for a theme Communication Policy are presented in front of a Reference Database of Articles from Journals in Information Science (Brapci). The study situates an exploratory qualitative-quantitative research and uses precepts and bibliometrics to assess the productivity of a memory in science. The diagnosis found 152 indexed articles, of which 18 fit the parameters established in the sample. The study proves the main researchers, periods of productivity and publication vehicles on the subject. In the conclusion, it is mentioned that the Communication Policy is an indispensable construct of Information Science, since, through interdisciplinarity, an expansion of conceptions that go beyond organizational practices increasingly improve the critical look at informational mediation in the university-society-innovation context.,

informacional no contexto universidade-sociedade-inovação

Palavras-chave: Comunicação. Democracia. Industria criativa. Mediação social.

Keywords: *Communication. Democracy. Creative industry. Social mediation.*

1. Política de Comunicação: o integrar de Ciência e Informação

Em uma margem, a ciência possui a importante construto que é a confiabilidade - tal construto expressa a qualidade imprescindível a ortodoxa metodologia científica. Na outra margem, a ciência proporcionar "novas abordagens em torno da maioria dos aspectos envolvidos em nossa vida, também produziu seus efeitos colaterais, tais como as questões éticas" declaram Silveira (2013, p.169).

No âmbito da Ciência da Informação (CI), aponta Araújo (2014, p.8), hoje, essa área é "mais atenta à complexidade dos fenômenos estudados" e desdobra-se na imbricação entre documentos, mediações e saberes para a busca da vitalidade (juízo de realidade) e apreensão dos problemas vivenciados na era contemporânea.

A Políticas de Comunicação se instituir por meio de ferramentas adequadas à gestão, à organização, à mediação informacional dentre outros assuntos fundamentais para se valorizar e viabilizar a prática da cidadania, facilitar a vida social e, o desenvolvimento local. É impreterível levar em conta o repercussão positiva da ratificação de normas como a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527, de 2011), a Lei do SEAC ou Lei da TV paga (Lei nº 12.485, de 2011), que versa dos Serviços Audiovisuais de Acesso Condicionado, e o novo Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965, de 2014). Não obstante, tais leis, argumentam Martins e Paulino (2015), contrastam com a incipiência de políticas que incidam de forma mais integral e unitária

Assim, adentra-se em um rol de inquietações: Qual abertura tem a questão Política de Comunicação no âmbito da CI? Quais periódicos e pesquisadores estão mais envolvidos com esse tema? Que descritores são usados nos artigos para desenvolver essa questão? Nesse painel, o estudo construir indicadores acerca do tema Política de Comunicação, diante a a gama de itens documentais indexados na BRAPCI.

Grosso modo, os objetivos específicos do estudo são: i) reconhecer o períodos de maior produtividade científica; ii) identificar os periódicos de maior produtividade com a área analisada; iii) especificar os autores mais prolíferos; e; iv) analisar a importância dos descritores adotados. Destarte, alguns aprofundamentos científicos e técnicos dessa temática são uteis e situam as experiências em um continuum de transitoriedades e desafios.

2. A Política de comunicação em múltiplos olhares

A Política de Comunicação é um conjunto sistematizado de princípios, valores, posturas, estratégias e diretrizes que objetivam orientar o relacionamento da organização/instituição com os seus públicos de interesse ou estratégicos.

2.1. Comunicação na Mulperspectiva Política

Acende o papel do profissional de divulgação de ciência, a tecnologia e a inovação (CT&I), cujas tarefas estão subordinadas à convicção de compromisso público e de prestação de contas à população, e isso é conexão com a área de Comunicação Pública (BRADÃO, 2012). Assim, deve-se frisar que:

> Pode-se entender a área de comunicação política sob dois ângulos: (1) a utilização de instrumentos e técnicas da comunicação para a expressão pública de ideias, crenças e posicionamentos políticos, tanto dos governos quanto dos par- tidos; (2) as disputas perenes entre os proprietários de veículos e detentores das tecnologias de comunicações e o direito da sociedade de interferir e poder deter- minar conteúdos e o acesso a esses veículos e tecnologias em seu benefício. Neste sentido, diz respeito também à responsabilidade do Estado para gerir as complexas questões sobre políticas públicas de comunicação e telecomunicação entendidas, historicamente, como aquelas que tratam das questões jurídicas afeitas ao uso público da infraestrutura tecnológica das comunicações. Incluem-se neste tó- pico também as polêmicas discussões em torno do Direito da Comunicação que trata da formação de redes, conglomerados e da convergência tecnológica (Bradão, 2012, p.6).

Nesse âmbito, a comunicação política envolve um conjunto de práticas de gestão e diversos relacionamentos e interagentes; abrange os direitos das partes interessadas e otimiza o desempenho das instituições. Portanto, a Comunicação e Política se situam na fronteira de dois campos distintos do conhecimento, institucionalizados na universidade brasileira: a Comunicação e a Ciência Política argumenta Lima (2012, p.85). Destarte:

> Comunicação e Política se situam na fronteira de dois campos distintos do conhecimento, institucionalizados na universidade brasileira: a Comunicação e a Ciência Política. O campo é também identificado como Comunicação Política, tradução da terminologia americana Political Communication. Há de se constatar que ainda é muito forte no mainstream da Ciência Política brasileira uma visão redutora da comunicação à informação política, categoria de análise perdida entre dezenas de outras que interferem no funcionamento do sistema político. [...] No Brasil há ainda relativamente pouco contato entre a Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, ANPOCS (criada em 1977) e a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, COMPÓS (criada em 1992), que mantém um GT de Comunicação e Política [...] A política nos regimes democráticos é (ou deveria ser) uma atividade eminentemente pública e visível. E é a comunicação – e somente ela – que tem o poder de definir o que é público no mundo contemporâneo (Lima, 2012, p.85).

Outro aspecto que se destaca, diz Duarte (2012, p.112), no Brasil, o "acesso às novas tecnologias não está necessariamente vinculado a uma Política de Comunicação voltada para o cidadão e o atendimento de suas necessidades". Sob este prisma, entende-e que a comunicação pública é política de inclusão informacional. A pesquisadora, reforça que "comunicação e cidadania são conceitos interligados, cujo crescimento e aperfeiçoamento reforçam a existência mútua" (Duarte, 2012, p.113).

A construção da Política de Comunicação é uma atividade efetivamente estratégica de inteligência organizacional e não somente operacional, sinalizando o crescente interesse pela internacionalização das atividades de pesquisa e desenvolvimento conduz ao questionamento sobre as oportunidades informacionais. Considera-se, por exemplo, que a Política de Comunicação Institucional balizar

processos de difusão fomentando a cultura organizacional de mediação de informações e, a correta utilização das ferramentas de comunicação viabiliza o processo de comunicação contínua integrado inovações a ferramentas de comunicação.

É, portanto, imprescindível criar diretriz única, que exiba valores e conceitos compartilhados por toda a organização. Assim, a comunicação passa a ser estratégica quando busca satisfazer as demandas, necessidades e expectativas dos públicos-alvo, em consonância com sua missão e valores.

> De qualquer forma, é preciso lembrar sempre: o que está realmente em jogo quando se trata das relações entre Comunicação e Política é o processo democrático. As distorções de poder provocadas pelo desequilíbrio histórico entre os sistemas privado, público e estatal (de radiodifusão), pela concentração da propriedade – em boa parte provocada pela ausência de normas que impeçam a propriedade cruzada – e a vinculação dos grandes grupos de comunicação com lideranças políticas regionais e locais são alguns dos problemas que impedem a democratização da nossa comunicação. E sem ela não haverá diversidade e pluralidade de informações, vale dizer, opinião pública autônoma e, portanto, democracia plena (Lima, 2012, p.91).

O conceito de comunicação organizacional, apresentado na obra de Oliveira (2013), situa que as políticas de comunicação têm o escopo de apresentar subsídio a cidadania – apresentando a compleição de materiais de interesse público. Oliveira (2013, p. 429) defende:

> [...] a importância da comunicação organizacional alinhada com a comunicação pública, ou seja, a comunicação voltada ao interesse público [...] Evidentemente, tal definição exige uma política de comunicação organizacional que entenda os grupos sociais e indivíduos como sujeitos interlocutores, cidadãos, que têm percepção de suas necessidades e querem que as organizações, sejam elas públicas ou privadas, contribuam efetivamente com a sociedade, não apenas para sua auto-promoção, garantindo ganhos para sua imagem, reputação e marca, mas que tragam reais benefícios para todos.

A comunicação é integrada e considera a qualificação da informação, buscando transmitir o mesmo conteúdo a todas as partes interessadas, obedecendo a formatos, linguagens e abordagens adequadas. Ad infinitum, Nunes (2005, p.225) postula, a "comunicação humana não reside em princípios, regras ou dogmas abstraídos da experiência, mas no acontecer irrepetível da vida vivida".

O impacto da produção de dossiês sobre Política de Comunicação se faz evidente nos últimos dez anos, andando a par e passo com um sempre crescente interesse, por parte dos agentes fundamentais – os porta-vozes – que colaboram para a ampla divulgação de todas as informações de interesse público, por meio de uma comunicação objetiva, eficaz, tempestiva, transparente e profissional com os veículos de imprensa e com a sociedade. Portanto, a comunicação é política ampla e transparente com a mídia e com seus públicos estratégicos, e, por meio da atuação de porta-vozes capacitados, detentores de postura ética, profissional e de amplo conhecimento dos direitos e deveres inerentes a todos os cidadãos e ao seu campo de atuação

2.2. Política de comunicação na mulperspectiva corporative

No Brasil, assinalam Bolaño e Brittos (2008, p. 2), o debate em torno das políticas públicas de comunicação, ainda que muitas vezes vertiginoso, não alcançou possibilidades de "mudar a equação do poder montada nos idos do regime militar, à diferença do que ocorreu com outros países, em que o processo de democratização se traduziu em uma mudança estrutural profunda na área da mídia".

Bolaño e Brittos (2008) reportam que o debate em torno das políticas de comunicação no Brasil em 2007 culminou em 2 de dezembro, com o lançamento simultâneo da TV digital, em São Paulo inicialmente, e de uma televisão pública ligada ao governo federal. Assim surgiu a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), de economia mista, ligada ao governo federal, criada para gerir as emissoras de rádio e televisão públicas federais. Sem dúvida, a Política de Comunicação envolve inúmeras vertentes que auxiliam no controle, fiscalização, prestação de contas, transparência, gestão, com o objetivo de trazer informação a sociedade em geral, no caso do setor público, e a seus stakeholders, no setor privado.

Diante do exposto, afirma-se que na maioria das vezes o plano[1] de comunicação é nativo de uma política de comunicação da organização e prevê a atuação da organização em um determinado período de tempo, definindo ações, orçamento, ações que devem ser executadas em momentos de crise, estratégias de cada setor e nomeando os porta-vozes da organização (Barreto, 2020, p. 234). Dentro dessa perspectiva, todas as ações, cuja finalidade seja corroborar para o melhor gerenciamento e controle da comunicação são abarcados dentro do arcabouço da Política de Comunicação e assim, entende-se que:

> A comunicação pública assume, assim, epistemologicamente, a forma de discurso racional, de ciência, com objeto e método próprios. Crente de que a sedução das massas em direção às boas razões é mera questão de demonstração, de esclarecimento de razões preexistentes ao próprio homem, de razões incrustadas na realidade das coisas, como se houvesse uma realidade exterior ao próprio homem, como se a mente humana fosse um espelho que captaria a verdade a partir da razão, uma vez que a verdade fosse apresentada. Eis a comunicação pública como esclarecimento, desalienação alienada, como a voz de Deus, que se confunde com a voz do povo, pois a voz de Deus é a voz da razão e esta está em todas as mentes, inata, no povo. É possível enganar muitas pessoas por muito tempo, mas não é possível enganar a todos o tempo todo, pois a verdade emergirá, tardará, mas não falhará. A desumanização da comunicação é, enfim, a desumanização da política, tida não como escolha, mas como fato, natureza. Conhecer a política é desvendá-la e não criá-la (Barros Filho & Pompeu, 2007, p. 224).

Como politica de manutenção de bons relacionamentos, Marangoni e Petry (2021, p. 275) apontam que a mudança cultural para os empregadores, pauta a comunicação transparente e é uma importante ferramenta que minimiza ruídos. Já Condutta e Vitoriano (2020) assinalam que oriunda do ambiente empresarial, a GC adquire novo significado quando aplicada dentro das Organizações da Sociedade Civil (OSC) – e contribuir para processo de compartilhamento do conhecimento em entidades do Terceiro Setor. Para os pesquisadores a adoção das boas práticas de monitoramento proporciona que

[1] Não confunda planejamento de comunicação e plano de comunicação. Barreto (2020, p.234) entende que o plano de comunicação é resultado do 'planejamento'. É um dos produtos do planejamento de comunicação, que também inclui diagnósticos, relatórios, entrevistas, etc.

as OSCs projetem uma visão mais positiva em relação ao mercado e aos demais membros de sua rede social e, proporciona que se ostentem.

3. Procedimentos Metodológicos

O presente diagnóstico do ponto de vista de seus objetivos se rotula como um estudo descritivo, que essencialmente emprega o método quantitativo, situando ainda um painel estático de indicadores bibliométricos em relação à abordagem do problema, e, se pauta em torno de métricas e leis e bibliométricas – expressão e construtos acerca da produtividade de periódicos (Bradford), produtividade de autores (Lotka) e a frequência de palavras (Zipf).

O estudo descritivo, Gil (2008, p.28) assinala, usualmente é utilizado quando se deseja mapear uma dada realidade e se apoia na "[...]descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis [...]". Nessa via, o universo da pesquisa reúne os artigos científicos indexados nos periódicos científicos que fazem parte da Brapci, contemplando um recorte sobre as duas primeiras décadas do século XXI.

Os estudos bibliométricos ampliam os entendimentos de um determinado assunto, e ajudam a demostrar os aspectos da produtividade científica, dos autores, instituições e as revistas científicas que são destaques em uma temática. No que tange a bibliometria é importante frisar que ela se insere na área da CI, mas é utilizada em todas as áreas do conhecimento para medir a produção científica.

Assim a bibliometria compreende a um estudo quantitativo objetiva identificar características comuns entre os artigos científicos, ou seja, possui diversas leis, com a finalidade de analisar estatisticamente os números de documentos, autores e as revistas mais produtivas de um campo científico.

A escolha da base de dados Brapci, justifica-se por ser de dados abertos, sendo especializada da área de CI. Também, entende-se que os temas Política de Comunicação devem ser tratados continuamente nas unidades organizacionais para que efetivamente a Política de Política de Comunicação de Dados, Informação e Conhecimento (PGDIC) seja efetivamente internalizada nas instituições (Kunsch, 2011).

O procedimento de coleta de dados foi por meio da base Brapci, e a estratégia de busca utilizou o termo 'Política de Comunicação' com asterisco (*) no campo título, palavra-chave e resumo. Em relação aos procedimentos de análise dos dados utiliza os seguintes campos: título do artigo, autor, coautor, ano, periódicos científicos e palavras-chave. O levantamento bibliográfico ocorreu em 25 de junho de 2021 e, foram excluídos os anais de evento da amostra que não foram publicados em periódicos científicos.

Para tabulação e sistematização dos dados coletados do estudo utilizou-se o software Microsoft Office Excel e, em seguida foi elaborado um banco de dados (Excel .xls) que originou tabelas e gráficos para interpretação dos resultados dos artigos na BRAPCI.

4. Exposição Dos Resultados

Esta seção apresenta a produção científica dos artigos científicos sobre a temática 'Política de Comunicação' no período de dez anos (2011 a 2020; segunda década do século XXI). O diagnóstico é

situado em torno de paramento, isto é, a quantidade e percentual de crescimento de artigos por ano, produtividade dos periódicos científico, indicadores de produtividade científica e da formas de participação na literatura, e a frequência de palavras-chave.

Nota-se que a temática política de comunicação apesar de não ser recente, ainda é pequena e pouca consolidada em termos de pesquisas no âmbito da CI, mas, principalmente, a Brapci registra uma queda na publicação de artigos e de revistas científicas com temática – retrato das pífias políticas públicas (educação, gestão cultural) e dos retrocessos (recuo posições no ranking internacional de liberdade de imprensa) promovidos pelo governo Bolsonaro. Assim, a ilustração (Figura 1) a seguir apresenta a distribuição anual dos artigos publicados conforme o recorte adotado nessa pesquisa.

Figura1 - Gráfico sondagem métrica anual das publicações científicas



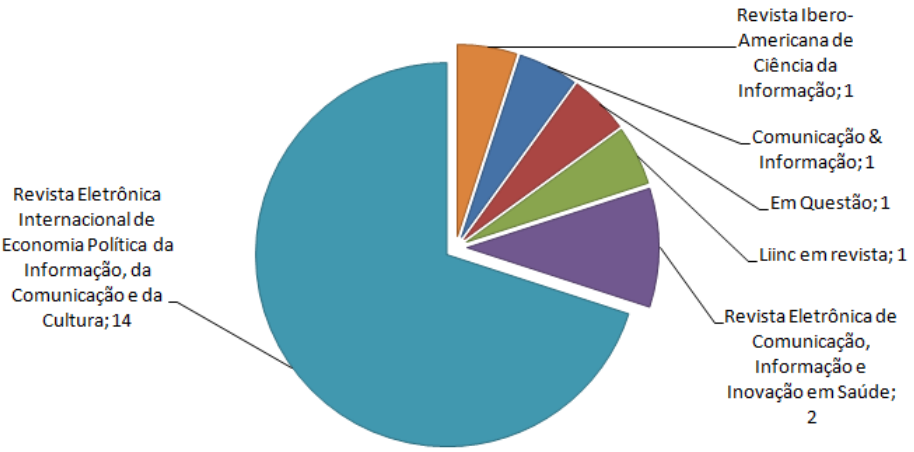
Fonte: os autores, dados da pesquisa, com base em Brapci – jun. 2021.

Nos anos de 2012 e 2019 foram publicados somente um artigo a cada ano. 2013 e 2016 foram publicados somente dois artigos a cada período. Em 2011, 2015 e 2018 ocorreram três publicações no âmbito da CI. Já em 2014 foram publicados quatro artigos (25%), representando o ano mais produtivo na indexação dessa temática na Brapci. Em suma, os resultados apontam (indiretamente) que o tema adentrou de forma tímida no âmbito da CI (ou, talvez, nos programas, encontros e grupos de pesquisa da Pós-Graduação brasileira em CI).

Vale destacar, nessa via, que os trabalhos recém-introduzidos (2020-2021) na Brapci passam a projetar a Política de Comunicação em termos de equidade, economia política, biopolítica e inclusão na microhistória.

Na sondagem averigua-se a composição da produtividade dos periódicos científico, e, desta forma se estabelece o seguinte painel:

Figura 2 - Periódicos e quantitativo de artigos indexados sobre a temática



Fonte: os autores, dados recuperados na Brapci (2001/2020), jun. 2020.

Nota-se que seis periódicos (Figura 2) produziram 20 artigos; cabe destacar que sete revistas classificadas estão classificadas no Qualis Capes em A2 (5%) a B2 (5%). Conforme o QUALIS Capes periódicos – Classificações periódicos Quadriênio 2013-2016, indica que a classificação B1 (18 artigos, 90%) agrupa maior número de revistas dessa temática, sendo: Liinc em revista (ISSN 1808-3536); Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde (ISSN 1981-6286); Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ISSN 1518-2487); e, a Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação (ISSN 1983-5213).

A temática Política de Comunicação se mantém em pauta nos principais veículos de comunicação, exposição e divulgação científicas na CI. Com o dados recuperados, pode-se situar a Tabela 2 – que situa a composição da autoria.

Figura 3 - Características das publicações



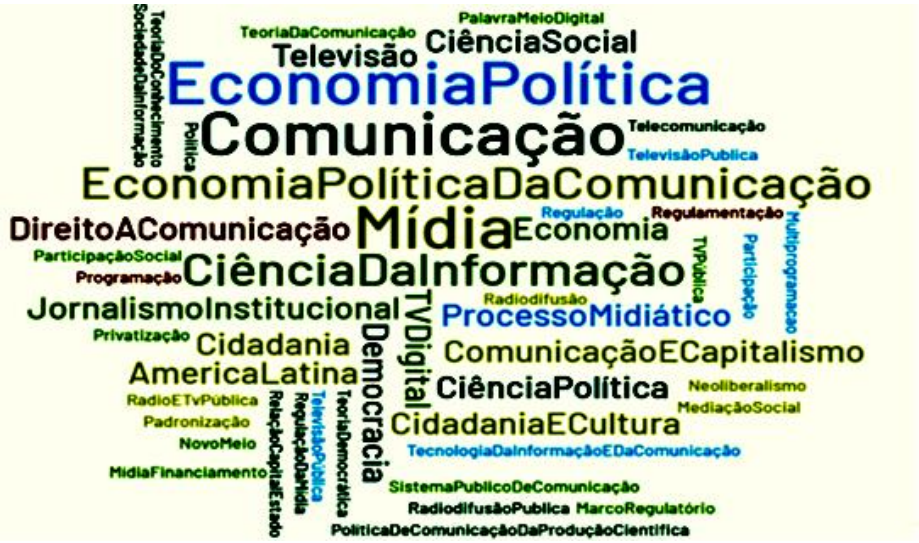
Fonte: os autores, com base nos dados da pesquisa jun. 2022.

Três autores adentram em um artigos, oito autores publicaram dois artigos e 11 autores publicaram somente um documento, o que totaliza 55% da produção de artigos. Desta forma, a lei de Lotka não foi aplicada, percebe-se um pequeno número de autores (29 pesquisadores no total) publicaram o rol de 20 itens no recorte temporal de uma década (2011 a 2020). Assim, a produção sobre a Política de Comunicação apenas um autor aparece com duas publicações sobre essa temática.

Assim, a primeira autora mais produtiva na temática sobre Política de Comunicação foi o pesquisador Adilson Vaz Cabral Filho, Professor Titular da Universidade Federal Fluminense (Uff) , com atuação no Departamento de Comunicação Social e no Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC).

Na sondagem acerca das palavras-chaves mais frequentes é possível ressaltar, além da CI, áreas representativas como: Ciências Sociais aplicadas, Cinema, Direito, Economia, História e Jornalismo. A frequência de palavras-chave utilizadas pelos autores que publicaram nas revistas científicas da Brapci é demonstrada na ilustração (figura 4).

Figura 4 - Descritores utilizados nos artigos indexados da Brapci



Fonte: os autores, com base Brapci e keywords (2001-2020), jun. 2022.

Destarte, encontra-se a ocorrência de 80 termos, sendo que 60 (75,00%) descritores com apenas uma repetição. Os termos mais empregados para descrição: Política De Comunicação, Cidadania, Ciência Da Informação, Democracia, Direito A Comunicação, Economia Política Da Comunicação, Economia Política, Mídia, Processo Midiático, Televisão. Nesses termos, isso se mostra apenas inicio das tramas, há uma rede de comunicação positiva de modo a garantir a sustentabilidade e responsabilidade social, uma vez que envolve e traz à cena a dimensão das relações (de saberes desejos e poderes) entre os diferentes sujeitos e instituições.

Assim, acessando o Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil (DGP) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq); se recupera o quantitativo/registro de sete grupos na busca (Consulta parametrizada) pelo termo exato 'Política de Comunicação' sendo seis na área da Comunicação e um no âmbito de estudos da Sociologia. Assim, nesse âmbito destacam-se grupos de pesquisa como:

- Com+- Grupo de Pesquisa em Comunicação, Jornalismo e Mídias Digitais, da Universidade de São Paulo (USP), os Líderes do grupo são: Elizabeth Nicolau Saad Corrêa e Lígia Maria Trigo-de-Souza.

- Núcleo de Pesquisa, Extensão e Estudos Midiáticos – NEMi, da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), os Líderes do grupo são: António Francisco Ribeiro de Freitas e Marinai de Lima de Queiroz Freitas.

- Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, da Universidade de Brasília (UnB); os Líderes do grupo são: Carlos Eduardo Machado da Costa Esch e Elton Bruno Barbosa Pinheiro

5. Exposições Finais

> O Brasil nasceu e cresceu sem experiência de diálogo.
> De cabeça baixa, com receio da Coroa.
> Sem imprensa. Sem relações. Sem escolas. "Doente".
> Sem fala autêntica [...]. (Freire, 1983, p.66).

Como politica de manutenção de bons relacionamentos, entende-se que olhar para a Comunicação é se atentar formas de mediação informacional e gerar um rol de vantagens competitivas para a organização. Ademais, a temática não limita a gama de incertezas e projeções políticas, mas, pelo contrário, oportuniza notar a arte e os fenômenos constitutivos da interculturalidade.

O conceito de Política de Comunicação parece ser exatamente o melhor indicativo semântico de que o conceito moderno de autoridade sofreu profundas transformações estruturais. Esta reflexão pretende contribuir para os debates sobre a prática cotidiana das Tecnologias da informação e comunicação (TICs) por meio de atividades que levem em conta as relações estabelecidas entre os documentos, os conteúdos, Marketing Político e o Marketing Eleitoral, o desenvolvimento da competência material e os usos possíveis dos documentos não obsta a competência material e jornalística, para a exploração dessas atividades pelas entidade públicas e privadas.

A Política de Comunicação (entre informação e ruídos) pensar em todos os atores sociais e nas transformações estruturais da infoera e, baseia-se na multissetorialista perspectiva de transformação da economia política da informação. Ademais, nota-se, ainda, que os resultados desse estudo demonstram que a temática 'Política de Comunicação', nas duas primeiras décadas do século XXI, têm sido uma constante preocupação das ciências sociais aplicadas.

Nesse sentido, as 'grandes estratégias de comunicação pública seriam as estratégias da demonstração da razão pública, entendida esta, por sua vez, como a razão que permite conhecer o futuro, o bem por vir, a evolução da história' (Barros Filho & Pompeu, 2007, p. 225).

A temática se associando e adentrando na esfera estratégia, institucional, corporativa, pública, tecnológica da gestão da informação e tecnologia de informação em saúde, de bigdata na Política de Comunicação dos sistemas de arquivos em saúde. Ademais, conclui-se que a temática Política de Comunicação se mantém em pauta na CI do Brasil, mas é muito pouco pesquisada (e explorada) pelos pesquisadores ibero-americanos quantos aos problemas relevantes nos diversos centros, produtos, serviços e unidade de informação.

As possibilidades e alcances da Política de Comunicação não se limitam ao que apresentamos. Trouxemos de forma exemplificativa e não exaustiva algumas possibilidades de aplicação da Política de Comunicação. O conceito de Política de Comunicação ainda pode ser considerado uma obra inacabada e inconclusiva, possuindo algumas brechas ao longo da sua concepção.

Contudo, trouxe algumas inovações metodológicas e conceituais interessantes que podem ser exploradas mais adiante por outras linhas de pesquisas da CI, em especial, na Organização do Conhecimento. Procuramos expor um universo que pouco familiar para maioria dos profissionais que são fora da impressa; a ousadia pode ser muito valiosa para pensar o futuro das humanidades digitais.

6. Referências Bibliográficas

ARAÚJO, C. A. Á. (2014). O que é Ciência da Informação? Informação & Informação, Londrina, 19(1), pp. 1-30. Recuperado de http://srv-009.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/15958.

BARRETO, C. P. S. (2020). Planejamento de comunicação. In: Saccol,T., Barreto, C. P. S., Pereira, G. T. F., Rossi, J. C., & Almeida, T. S. (Orgs.). Assessoria de Comunicação. Revisão técnica Marcielly Cristina Moresco. Porto Alegre: SAGAH, pp. 233-248. Recuperado de https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786556900865.

BARROS FILHO, C., & Pompeu, J. C. (2007). A comunicação pública na pós-modernidade. In: Barros Filho, C. (org.). Ética e comunicação organizacional. São Paulo: Paulus, p. 205-234.

BRANDÃO, E. P. (2012). Conceito de comunicação pública. In: Duarte, J. (Org.). Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público, 3ª edição. São Paulo: Atlas, cap. 1, pp. 1-33. Recuperado de https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522475063.

DUARTE, M. Y. M. (2012). Comunicação e cidadania. In: Duarte, J. (Org.). Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. 3. ed. São Paulo: Atlas, cap. 7, pp. 95-115. Disponível em:https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522475063/.

FREIRE, P. (1983). Educação como prática da liberdade. 3.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

GIL, A. C. (2008). Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas.

KUNSCH, M. M. K. (2011). Auditoria da comunicação organizacional. In: Duarte, J., & Barros, A. (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas - Grupo GEN, cap. 15, pp. 226-252. Recuperado de https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474400/.

LIMA, V. A. (2012). Comunicação e política. In: Duarte, J. (Org.). Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. 3. ed. São Paulo: Atlas: Grupo GEN, cap. 6, pp. 84-94. Recuperado de https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522475063/.

MARTINS, M., & Paulino, F. O. (2015). Apresentação: dossiê temático perspectivas e desafios para as políticas de regulação da mídia. EPTIC Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, 17(2), pp. 3-4. Recuperado de http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/193679.

NUNES, R. S. (2006). Nada sobre nós, sem nós: a centralidade da comunicação na obra de Boaventura de Sousa Santos. São Paulo: Cortez, 327 p.

OLIVEIRA, M. J. C. (2013). Comunicação organizacional e comunicação pública. In: Matos, Heloíza (org.). Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, pp. 15-28.