

# O que quer a comunicação pública para juventude?

Direito à informação e à cidadania entre a prática e a normatividade

Kátia Viviane da Silva Vanzini<sup>1</sup> e Danilo Rothberg<sup>2</sup>

## Resumo

Multiplicam-se no Brasil contemporâneo as realizações de comunicação pública digital produzidas por setores de governos responsáveis pela criação, execução e avaliação de políticas públicas da juventude. No entanto, nota-se a escassez de avaliações sistemáticas de sua performance na disseminação de conteúdos relevantes e seu potencial para promover participação e engajamento. Esta pesquisa investigou o desempenho da comunicação pública em portais web de governo e em redes sociais oficiais em relação ao seu potencial de atendimento do direito à informação sobre gestão pública. Os dados aqui apresentados foram gerados na busca do atendimento de dois objetivos específicos: a) avaliar a qualidade da informação sobre políticas públicas da juventude em portais web de governo a fim de verificar se os conteúdos disponíveis oferecem subsídios abrangentes de acordo com categorias específicas; b) verificar se processos e estratégias empregados em redes sociais oficiais apresentam potencial para favorecer o diálogo entre jovens e governos. Os resultados sugerem que as estratégias e processos devem ser aperfeiçoados para que o jovem possa exercer seu direito à informação sobre temáticas que o afetam. Valores e condutas profissionais identificados indicam que a compreensão sobre princípios democráticos da comunicação pública deve ser ampliada, restando a oportunidade para a área avançar na consolidação de normatividades.

## Palavras-chave

Comunicação Pública; Políticas Públicas da Juventude; Portais Web de Governo; Qualidade da Informação; Cidadania.

<sup>1</sup>Mestre e doutora em Comunicação pela Unesp (Universidade Estadual Paulista). E-mail: katiavanzini@gmail.com.

<sup>2</sup>Livre-docente em Sociologia da Comunicação pela Unesp (Universidade Estadual Paulista). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp. E-mail: danilo.rothberg@unesp.br.

# What does public communication for youth want?

Right to information and citizenship between practice and normativity

Kátia Viviane da Silva Vanzini<sup>1</sup> and Danilo Rothberg<sup>2</sup>

## Abstract

In contemporary Brazil, the achievements of digital public communication produced by government sectors responsible for the creation, execution and evaluation of public policies to the youth are multiplying. However, there is a dearth of systematic assessments of its performance in disseminating relevant information and its potential to promote participation and engagement. This research investigated the performance of public communication on government web portals and official social networks in relation to their potential to fulfill the right to information about public management. The data presented here were generated in the pursuit of two specific objectives: a) to evaluate the quality of information about public policies to the youth in government websites to verify if the available contents offer comprehensive approaches according to specific categories; b) to verify if processes and strategies deployed in official social networks have potential to promote dialogue between young people and governments. The results suggest that strategies and processes should be improved so that young people can exercise their right to information about areas that affect them. Identified values and professional conduct indicate that the understanding of democratic principles of public communication should be broadened, leaving the opportunity for the area to advance in the consolidation of normativities.

## Keywords

Public Communication; Public Policies to the Youth; Government Web Portals; Quality of Information; Citizenship.

<sup>1</sup>Mestre e doutora em Comunicação pela Unesp (Universidade Estadual Paulista). E-mail: katiavanzini@gmail.com.

<sup>2</sup>Livre-docente em Sociologia da Comunicação pela Unesp (Universidade Estadual Paulista). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp. E-mail: danilo.rothberg@unesp.br.

## Introdução

A multiplicação, no Brasil contemporâneo, de realizações de comunicação pública digital produzidas por governos e dirigidas ao público jovem sugere a necessidade de avaliações sistemáticas de sua performance na disseminação de informações e seu potencial para promover participação e engajamento, o que traz questões relevantes de pesquisa: como as tecnologias têm contribuído para que o jovem possa exercer seu direito à informação e à comunicação sobre políticas públicas? As oportunidades para o jovem interagir com governos em fluxos de comunicação democrática têm sido exploradas de maneira adequada?

O objetivo geral da pesquisa [1] descrita neste artigo foi produzir conhecimento científico em resposta a tais questões, investigando o desempenho da comunicação pública governamental em portais web de governo e em redes sociais oficiais em relação a seu potencial de atendimento do direito à informação sobre gestão pública. Os dados aqui apresentados foram gerados na busca pelo atendimento de dois objetivos específicos: a) avaliar a qualidade da informação sobre políticas públicas da juventude em portais web de governo a fim de verificar se os conteúdos disponíveis oferecem subsídios abrangentes de acordo com categorias específicas de informação; b) verificar se processos e estratégias de comunicação pública empregados em redes sociais oficiais apresentam potencial para favorecer o diálogo entre jovens e governos.

No percurso do artigo, são apresentadas, em primeiro lugar, teorizações fundamentais que embasaram a pesquisa. Em segundo lugar, está a descrição da metodologia utilizada para a consecução de seus objetivos. E em terceiro lugar, são exibidos e comentados, à luz da revisão da literatura, os resultados obtidos em cada uma das etapas de pesquisa e suas possíveis implicações. As considerações finais retomam os resultados e indicam desafios e meios de enfrentamento das insuficiências detectadas.

## Teorizações fundamentais

O desafio de definir os diversos usos da expressão “comunicação pública” advém em parte da multiplicidade de públicos envolvidos na relação entre Estado e sociedade. A comunicação pública pode ocorrer dentro das organizações ou entre elas e seu público; pode abranger iniciativas que visam popularizar a ciência, contribuindo inclusive para a construção da imagem das instituições científicas; pode estar relacionada à publicidade de ideias, crenças e posicionamentos de partidos políticos; pode ser desenvolvida em comunidades ou pelo terceiro setor sobre assuntos de interesse público; e pode incluir as trocas de informações entre cidadãos e governos, visando à construção de uma agenda pública, na forma conhecida por comunicação pública governamental (BRANDÃO, 2012).

Segundo Brandão (2012), foi a partir da promulgação da Constituição Federal de 1988 que os debates sobre conceito, papel e áreas que envolvem a expressão comunicação pública ganharam mais espaço nas práticas profissionais e agendas de pesquisa. Até então, as iniciativas presentes no Brasil tinham o cunho publicitário e, eventualmente, educativo ou cívico. Para a autora, no governo Fernando Henrique Cardoso teria se iniciado o processo de pensar a comunicação pública voltada para estabelecer canais de relacionamento com a população e, no governo Lula, haveria a consolidação do sentido da informação para a cidadania.

A literatura detecta, assim, estágios evolutivos no país: a comunicação anagráfica, quando a administração pública passa a ter o direito à palavra; a comunicação de serviço, em um momento posterior, quando as instituições demonstram sua utilidade para a sociedade; e a comunicação para a identidade competitiva e solidária, quando se descobre o território da utilidade pública e da responsabilidade social, sendo que uma fase pode coexistir com a outra (ROLANDO, 2011).

O foco de nossa pesquisa é a comunicação pública governamental. Adicionalmente, deve ser considerado que essa vertente deve buscar estabelecer fluxos de informação entre cidadãos e governos, alimentar a agenda de assuntos de interesse público, viabilizar a prestação de contas e proporcionar transparência sobre as etapas de formulação, execução e avaliação de políticas públicas (BRANDÃO, 2012; KUNSCH, 2012; DUARTE, 2011; LÓPEZ, 2011).

Nosso objeto é o desempenho da produção comunicativa por assessorias de governos eleitos democraticamente. E, normativamente, esta forma de comunicação pública deve “permitir à sociedade a interpelação do Estado e o direcionamento da política conforme o interesse coletivo, recuperando as demandas esquecidas, reconhecendo as exclusões para superá-las” (GIL; MATOS, 2012, p. 159). Suas estratégias devem assumir a perspectiva da coletividade, e o cidadão deve ser considerado protagonista.

Se o público-alvo for composto por jovens, no caso de nosso objeto de estudo, coloca-se a exigência de que a produção de comunicação pública considere suas características específicas, de modo a disseminar informações de interesse cívico, buscando municiá-los com dados que os permitam monitorar a qualidade das políticas que os afetam e os estimulem a participar de canais de diálogo.

Neste âmbito, cabe indagar quais são as fontes de diretrizes profissionais na produção de comunicação pública pelas assessorias de comunicação de governos eleitos, nas quais a atuação de jornalistas, oriundos de outras mídias, nem sempre familiarizados com a normatividade da comunicação pública em sociedades democráticas, enfrenta a escassez de orientações compatíveis com o atendimento do direito à informação em sua regulação contemporânea.

A rarefação de diretrizes e de padrões de conduta profissional tenderia a ser

compensada pela adoção — que terá sua adequação questionada neste artigo — de critérios de produção jornalística que tendem a gerar abordagens de comunicação pública nem sempre compatíveis com o atendimento do direito à informação, à medida que as políticas subjacentes a elas não estão claras ou simplesmente permanecem sem formulação adequada.

Políticas de comunicação pública devem prescrever valores, princípios, normas de atuação e resultados esperados nas esferas de transparência, acesso, interação e responsividade. Precisam estabelecer planos a partir dos quais são buscados os objetivos das instituições de gestão pública, por meio da formulação e aplicação de metas, recursos financeiros e humanos, e estratégias de longo prazo (KUNSCH, 2018).

No aspecto conceitual, a referência usual vem das teorizações sobre esfera pública de Habermas (1997), que a considera como uma “rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomada de posição e opiniões”, um espaço em que “os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos” (HABERMAS, 1997, p. 92).

Ações de comunicação pública para a cidadania, considerada em suas dimensões de direito à informação, diálogo e participação política são apontadas por Duarte (2012) e Brandão (2012) como necessárias para a aproximação entre os interesses do cidadão e as políticas públicas. Se o foco ocorre sobre as políticas de interesse dos jovens, público particularmente sensível ao estímulo online, descortina-se um potencial singular de mobilização (ALTHEMAN; MARQUES; MARTINO, 2017).

O reconhecimento do jovem como sujeito de direitos é algo em progresso no Brasil, o que requer atenção das ações de comunicação pública governamental no sentido de promover seu empoderamento. Para o jovem, também valeria a lógica indicada por Honneth (2003), segundo a qual reconhecer-se como sujeito detentor de direitos e deveres é um processo de duas vias: quando sabemos quais são nossos direitos e como exigí-los, assim como os nossos deveres, passamos a reconhecer os demais como sujeitos dos mesmos direitos e deveres, o que tende a gerar solidariedade e estima social.

Ações comunicativas que procurem valorizar o reconhecimento intersubjetivo são parte do processo de estabelecimento de solidariedade, no que se impõe a necessidade de canais de diálogo que viabilizem o exercício de escutar os diferentes atores e incentivar o debate em igualdade de condições, baseada na liberdade de informação (SALOMÃO, 2011). Reconhecimento social pode ser facilitado por ações de comunicação pública governamental que incluam a disseminação de informações com contextualização adequada e pluralidade.

Ao passo que a Lei de Acesso à Informação 12.527/2011 (BRASIL, 2011) produziu efeitos importantes sobre as estruturas de governo no Brasil, obrigando as assessorias de gestão da comunicação pública a investirem em portais e abordagens adequadas para a disseminação de informações, não ficou tão bem delimitado o que divulgar ou

não. O Decreto 7.724/2012 (BRASIL, 2012, Online) regula a transparência ativa em seu artigo 7º, segundo o qual “órgãos e entidades [do poder público] deverão implementar em seus sítios na Internet seção específica para a divulgação das informações”, que incluem “programas, projetos, ações, obras e atividades, com indicação da unidade responsável, principais metas e resultados e, quando existentes, indicadores de resultado e impacto”.

No entanto, o que exatamente divulgar nem sempre está claro aos comunicadores. O Banco Mundial (DARBISHIRE, 2010) e a Organização dos Estados Americanos (OAS, 2012) acentuam a dificuldade de diversos países na definição de padrões e diretrizes para garantir a transparência ativa a despeito de possuírem leis específicas, mas indicam classes de informação de divulgação proativa necessárias, que incluem formas de participação e de decisão compartilhadas na formulação de políticas públicas.

Apesar de órgãos multilaterais de assistência à gestão pública em países democráticos enumerarem, com clareza, as classes de informação necessárias, permanecem em aberto as exigências de qualificação de comunicadores públicos para atender os requisitos democráticos. A escassez de diretrizes e as exigências de qualificação de comunicadores inespecíficas são verificadas justamente em um cenário no qual, com a popularização do acesso à internet, a comunicação pública gerada por governos tem explorado crescentemente portais eletrônicos e redes sociais para a divulgação de informações sobre políticas públicas, e o público jovem se torna um alvo fácil pela suposta familiaridade com o ambiente *online*.

Mas quem é esse jovem? No Brasil, as políticas públicas desenhadas particularmente para esse público fundam-se sobre o Estatuto da Juventude (BRASIL, 2013) — Lei Federal 12.852/2013 —, que se dirige às pessoas entre 15 a 29 anos. Usualmente, se jovens seriam aqueles entre 15 e 24 anos, o Estatuto da Juventude amplia o limiar para 29 anos, com base na compreensão da Unesco (2005), segundo a qual a maturidade social, com emancipação e autonomia, tem sido atingida cada vez mais tardiamente na contemporaneidade. A literatura sugere que a juventude pode ser compreendida como uma etapa do processo de socialização, quando o indivíduo se afasta do vínculo pais/família; pode significar a independência financeira a partir da busca pelo primeiro emprego; e, ainda, pode significar o estabelecimento de novos vínculos familiares (DEBERT, 2010).

Segundo dados do IBGE (2018), dos 48,5 milhões de brasileiros entre 15 e 29 anos, 23% não estudavam ou trabalhavam em 2017. Embora estudos indiquem elevada participação de jovens entre 15 e 29 na população economicamente ativa, sua inserção seria marcada por “alto nível de informalidade, maior rotatividade no emprego, desigualdade de gênero e, quando ocupados, baixa remuneração, sobretudo para as mulheres” (CACCIAMALI; TATEI, 2017, p. 1), fenômeno em linha com o decréscimo de matrículas no ensino médio, que caíram de 9,2 milhões em 2004 para 8,3 milhões em

2014 (IPEA, 2018), mas em contraste com o crescente acesso à educação superior, que na faixa entre 18 a 24 anos passou de 9,1% em 2000 para 18,7% em 2010 (CORBUCCI, 2014).

O Estatuto da Juventude (BRASIL, 2013) reconhece, para orientar as políticas públicas do segmento, direitos que incluem: diversidade e igualdade; desporto e lazer; comunicação e liberdade de expressão; cultura; território e mobilidade; segurança pública e justiça; cidadania, participação social e política e representação juvenil; profissionalização, trabalho e renda; saúde; educação; sustentabilidade e meio ambiente.

Os limites das políticas são postos inclusive pelo desconhecimento dos próprios jovens sobre elas, o que dificulta a identificação de direitos e a luta política por sua afirmação. “A circulação democrática de informações qualificadas é essencial, para que se possa acionar, usufruir, controlar e criticar tais políticas” (RIBEIRO, 2016, p. 306).

## Materiais e métodos

Metodologicamente, nossa pesquisa se organizou em três etapas. Na Etapa 1, inicialmente foi realizada análise exploratória em setembro de 2016, por meio de motores de busca *online*, para detectar a existência de iniciativas de comunicação pública digital específicas para a juventude em 26 governos estaduais e capitais dos 26 Estados brasileiros e o Distrito Federal (53 instâncias de gestão). Encontramos um total de 16 portais web, a saber: Paraná, Curitiba, Porto Alegre, Belo Horizonte, Cuiabá, Tocantins, Maranhão, Goiás, Goiânia, Ceará, Distrito Federal, Fortaleza, Rio de Janeiro (Estado), Rio Grande do Norte, São Paulo (Estado) e Sergipe. Deste *corpus*, selecionamos páginas web com informações sobre políticas públicas de juventude, filtro que gerou um total de 86 páginas.

O conteúdo textual disponível nesse *corpus*, excluindo-se recursos multimídia, como imagens, animações, gráficos e áudios, além de arquivos em pdf, foi avaliado conforme 14 categorias de análise, propostas por Rothberg (2014) com base na literatura sobre avaliação de políticas públicas, em especial Carvalho (2003) e Trevisan e Bellen (2008), segundo indica a Tabela 1.

**Tabela 1** - Categorias de análise de informações sobre políticas públicas de juventude exibidas em portais de comunicação pública digital.

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
<b>Antecedentes</b>	São classificadas nessa categoria informações que antecederam ou motivaram a implementação de uma política pública
<b>Diagnóstico</b>	São classificadas nessa categoria informações que abrangem os problemas e dificuldades enfrentados, descrevendo a política pública implementada, considerações gerais e decisões que motivaram sua implementação
<b>Objetivos</b>	São classificadas nessa categoria informações sobre as finalidades que se deseja alcançar com a criação e implementação da política pública, mas sem a mensuração da expectativa dos resultados em números
<b>Metas</b>	São classificadas nessa categoria informações que apresentam números, estatísticas ou projeções do que se objetiva atingir em prazo determinado
<b>Recursos atuais</b>	São classificadas nessa categoria informações que apresentam quais são os recursos disponíveis para que uma determinada política pública seja aplicada
<b>Ações atuais</b>	São classificadas nessa categoria informações que apresentam quais são as ações colocadas em prática para que uma política pública seja implementada
<b>Recursos planejados</b>	São classificadas nessa categoria informações que apresentam quais são os recursos previstos para que haja continuidade na implementação de uma política pública em um futuro determinado
<b>Ações planejadas</b>	São classificadas nessa categoria informações que apresentam quais são as ações que estão previstas para que haja continuidade na implementação de uma política pública num futuro determinado;
<b>Eficiência</b>	São classificadas nessa categoria informações sobre o funcionamento interno de uma política pública, ou seja, a ligação entre os esforços despendidos com recursos aplicados e resultados obtidos
<b>Impacto</b>	São classificadas nessa categoria informações que avaliam em que medida uma determinada política pública obteve êxito, avaliando as consequências de forma transparente, previstas ou não previstas
<b>Custo-efetividade</b>	São classificadas nessa categoria informações que comparam as ações colocadas em prática e os resultados obtidos para avaliar as atividades que atenderam os objetivos com menor custo e melhor resultado entre as alternativas existentes
<b>Satisfação do usuário</b>	São classificadas nessa categoria informações que apresentam sugestões e opiniões de usuários obtidas por meio de pesquisas de opinião ou declarações registradas, como comentários e depoimentos
<b>Equidade</b>	São classificadas nessa categoria informações que se relacionam à distribuição justa dos benefícios, de acordo com especificidades dos usuários

**Fonte:** Elaborada pelos autores com base em Rothberg (2014).

O conteúdo dos textos informativos publicados em páginas web com informações sobre políticas públicas de juventude foi coletado e categorizado utilizando-se análise

de conteúdo. A categorização foi realizada em duas etapas, sendo que na primeira isolamos os elementos da amostra, ou seja, as páginas web com informações sobre políticas públicas de juventude, para em seguida classificarmos as informações que foram distribuídas em “sistema de categorias, repartindo-se da melhor maneira possível à medida que vão sendo encontradas” (BARDIN, 2010, p. 147). Para a análise das informações sobre políticas públicas relacionadas às 14 categorias propostas, seguimos os critérios de Bardin (2010), tais como exclusão mútua (um elemento não pode pertencer a mais de uma categoria); homogeneidade (um único princípio de classificação deve governar uma categoria); pertinência (a classificação em um sistema de categorias deve ser coerente com os objetivos da pesquisa); objetividade e fidelidade (resultados devem ser verificáveis e reproduzíveis por outros). A análise foi realizada pela primeira autora deste artigo e verificada nos critérios de Bardin (2010) por uma estudante de mestrado, que apontou ajustes e correções necessários. No entanto, o índice de confiabilidade entre codificadores não foi determinado, em função dos limites do desenho de pesquisa (LOVEJOY *et al.*, 2016).

Após coletarmos e categorizarmos os conteúdos obtidos em páginas web com informações sobre políticas públicas de juventude conforme a Tabela 1, classificamos o conteúdo das unidades de análise (páginas web) com o indicador “1”, que corresponde à presença de informações relacionadas a cada categoria, ou “0”, que corresponde à ausência de informações relacionadas. Assim, uma página web com o máximo de informações obteria 14 pontos (um ponto para cada uma das 14 categorias). O total de pontos efetivamente obtido na avaliação de informações sobre cada política, quando considerado em relação ao máximo de 14 pontos, proporcionou um número percentual, indicando a abrangência das informações sobre políticas de juventude veiculadas pelos portais web de governo incluídos no estudo. Esse número foi nomeado IQI - Índice de Qualidade da Informação (ROTHBERG, 2014), indicador qualitativo da abrangência e profundidade das informações disponíveis.

Na Etapa 2 de nossa pesquisa, avaliamos se os processos e estratégias de comunicação pública empregados em redes sociais oficiais favoreceram potencialmente o diálogo entre jovens e governos. Em análise exploratória realizada em setembro de 2017 para investigar a existência de páginas oficiais no Facebook com informações sobre políticas públicas de juventude dos 26 governos estaduais e capitais dos 26 Estados brasileiros e o Distrito Federal (53 instâncias de gestão), encontramos 22 páginas na rede social, a saber: Acre, Alagoas, Amazonas, Aracaju, Ceará, Curitiba, Distrito Federal, Espírito Santo, Fortaleza, Manaus, Mato Grosso do Sul, Palmas, Paraná, Pernambuco, Piauí, Porto Alegre, Porto Velho, Rio de Janeiro (Estado), Rio Grande do Sul, São Paulo (Estado), São Paulo (capital) e Teresina. Essa foi a totalidade de páginas mantidas no Facebook por setores de governo responsáveis por políticas públicas da juventude, excluindo-se aquelas com conteúdo insuficiente, aqui considerado como menos de dez atualizações em um período de 12 meses

(setembro de 2016 a agosto de 2017).

Na Etapa 2, foram utilizadas duas técnicas de pesquisa. No âmbito da Técnica 1.1, o conteúdo das páginas web oficiais para as quais postagens do Facebook remeteram por meio de hiperlinks foi classificado conforme a Tabela 1 (acima). No âmbito da Técnica 1.2, as próprias postagens do Facebook foram classificadas conforme a Tabela 2, que enumera categorias que elaboramos com base em Barrichelo (2011) e Grunig, Ferrari e França (2011) com o objetivo de identificar a estratégia de comunicação predominante.

**Tabela 2** - Categorias de análise dos conteúdos textuais publicados em páginas oficiais do Facebook de setores de governo responsáveis por políticas públicas da juventude.

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
<b>Promoção</b>	São classificadas nesta categoria postagens que promovem campanhas de prestação de serviços oriundos de ações da gestão pública
<b>Divulgação institucional</b>	São classificadas nesta categoria postagens que reúnem informações sobre ações de gestão pública, agendas e eventos, com objetivo de obter publicidade favorável ao setor de governo, ressalvada a proibição nos termos do artigo 37 da Constituição, § 1º, segundo o qual a “publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”
<b>Políticas públicas</b>	São classificadas nesta categoria as postagens que conduzem, por meio de hyperlinks, as informações sobre políticas públicas de juventude em portais web oficiais
<b>Diálogo com o usuário</b>	São classificadas nesta categoria postagens com questões geradas pelo próprio setor de governo que busquem incentivar a conversação com o usuário da rede social, por meio de questionários e enquetes, por exemplo. Não foram incluídas aqui postagens dos usuários, contendo perguntas, em geral na busca de informações de prestação de serviço, como endereço, horários de funcionamento etc

**Fonte:** Elaborada pelos autores com base em Barrichelo (2011) e Grunig, Ferrari e França (2011).

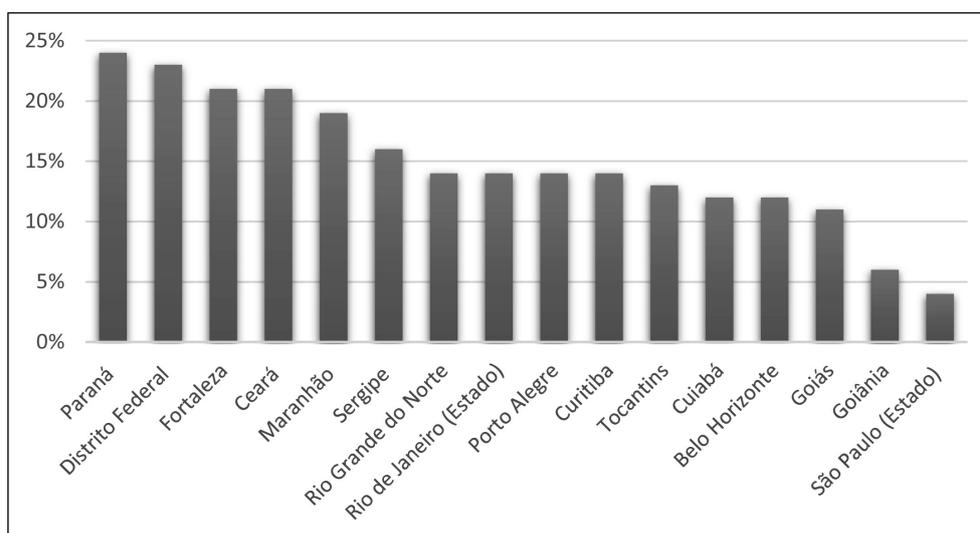
Na Etapa 3, realizamos sondagens com formulários dirigidos aos gestores da comunicação responsáveis pelas páginas web e do Facebook analisadas, com o objetivo de obter suas impressões sobre as finalidades da comunicação pública digital e sua capacidade de atendê-las. Obtivemos o retorno de 18 gestores.

## Resultados e discussão

Na Etapa 1, as 86 páginas web com informações sobre políticas públicas de juventude publicadas nos portais web de governo avaliadas conforme a metodologia prevista obtiveram Índices de Qualidade da Informação (IQI) de 4% a 24% (Gráfico 1). Em média, o *corpus* analisado obteve 14,5% do total de dados que seria possível atingir

caso todas as páginas web avaliadas apresentassem informações correspondentes a todas categorias de análise.

**Gráfico 1** - Índice de Qualidade de Informação de portais web com informações sobre políticas públicas de juventude.

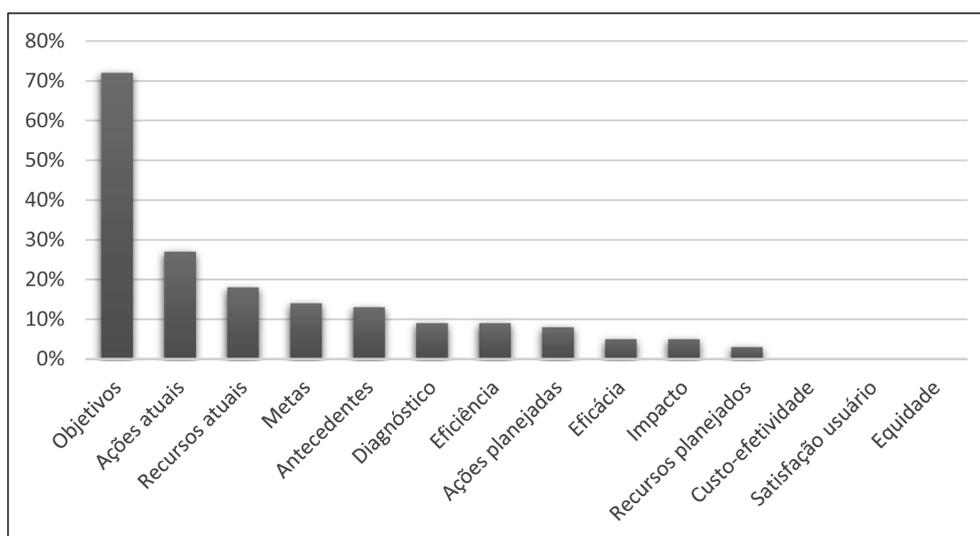


**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020).

O resultado sugere que há insuficiência de dados nos textos avaliados de acordo com o que seria ideal sob a perspectiva de oferta de informações com abrangência e profundidade necessárias à caracterização completa da uma política pública da juventude, conforme os pressupostos teórico-metodológicos da pesquisa.

Conforme o Gráfico 2, houve a prevalência de dados básicos nas categorias objetivos (72% das páginas web com informações sobre políticas públicas de juventude analisadas apresentaram informações nessa categoria); ações atuais (27%); recursos atuais (18%); metas (14%); antecedentes (13%); diagnóstico (9%); eficiência (9%); ações planejadas (8%); eficácia (5%); impacto (5%) e recursos planejados (3%). Não houve informações possíveis de serem classificadas nas categorias custo-efetividade, satisfação do usuário e equidade.

**Gráfico 2** - Percentuais de informação por categorias de análise de conteúdo observados em portais web de setores de governo responsáveis por políticas públicas de juventude.



**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020).

As categorias de melhor desempenho (objetivos, ações atuais, recursos atuais e metas) podem ter obtido resultados mais expressivos porque reúnem informações possivelmente consideradas essenciais, abrangendo propósitos imediatos das políticas públicas e ações decorrentes.

Na Tabela 3, mostramos exemplos de dados coletados de páginas web com informações sobre políticas públicas de juventude relacionados às categorias de análise de conteúdo que elaboramos para a pesquisa.

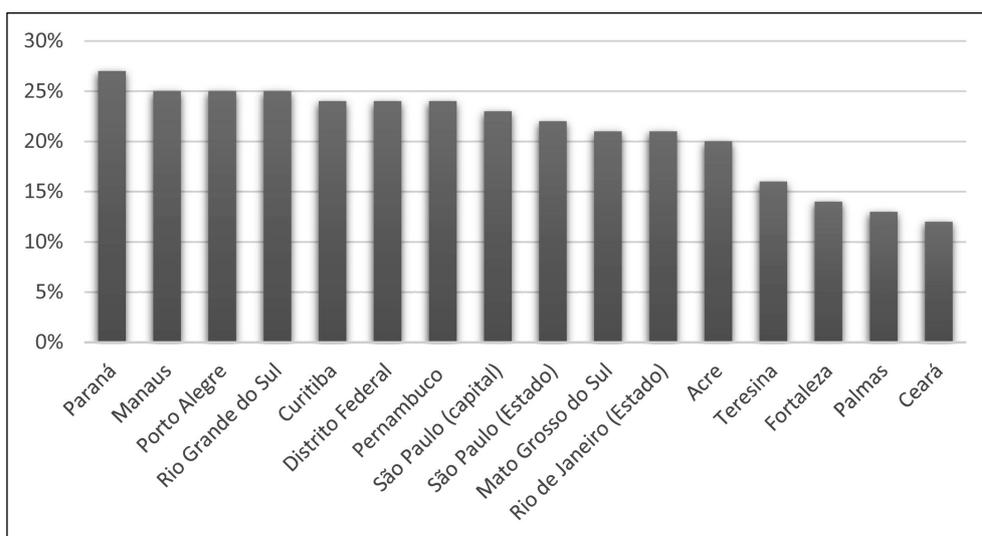
**Tabela 3** - Exemplos (trechos) de informações coletadas em portais web de setores de governo responsáveis por políticas públicas da juventude, correspondentes às categorias de análise de conteúdo utilizadas.

<b>Categoria</b>	<b>Informações correspondentes (exemplos de trechos)</b>
Antecedentes	A Roda de Capoeira foi registrada como bem cultural pelo IPHAN no ano de 2009 <sup>[2]</sup>
Diagnóstico	O Índice de Vulnerabilidade Juvenil (...) corresponde ao universo dos 399 municípios paranaenses (...), de acordo com o Censo Demográfico de 2010 <sup>[3]</sup>
Objetivos	As Conferências Livres de Juventude são ações estimuladas pela Secretaria Municipal da Juventude de Cuiabá, com o intuito de fomentar as políticas participativas de juventude <sup>[4]</sup>
Metas	Que podem contemplar até 62 projetos, 260 estudantes e 65 professores <sup>[5]</sup>
Ações atuais	São realizados testes de glicemia, pressão arterial, índice de massa corpórea, além de atividades físicas e aulas de ritmos variados <sup>[6]</sup>
Ações planejadas	O processo de transferência acontecerá num período aproximado de um ano, dividido em três etapas <sup>[7]</sup>
Recursos atuais	Os recursos destinados são da ordem de R\$ 950.000,00 (novecentos e cinquenta mil reais), em projetos de até R\$ 14.560,00 (quatorze mil quinhentos e sessenta reais) <sup>[8]</sup>
Eficiência	proporcionando aos estudantes conhecerem mais sobre a história de São Luís, realizando um verdadeiro turismo educativo pelos principais equipamentos culturais públicos da capital maranhense <sup>[9]</sup>
Recursos planejados	Para a execução do programa, será adquirido um ônibus adaptado que percorrerá localidades do interior e da zona rural do Tocantins <sup>[10]</sup>
Eficácia	A escolinha beneficia mais de 200 crianças por ano <sup>[11]</sup>
Impacto	O Programa é inovador porque fortalece o(a) jovem como indivíduo, de forma flexível e personalizada, na construção de seu projeto de vida <sup>[12]</sup>

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020).

Na Etapa 2, identificamos que as 22 páginas oficiais de setores de governo responsáveis por políticas públicas da juventude no Facebook publicaram 3.874 postagens no período de um ano (setembro de 2016 a agosto de 2017). Deste total, apenas 76 postagens (2,2%) apresentaram links que conduziram a páginas web oficiais dos respectivos setores de governo com informações sobre políticas públicas, material que submetemos à análise de conteúdo conforme as 14 categorias listadas na Tabela 1 (Técnica 1.1), gerando os resultados exibidos no Gráfico 3.

**Gráfico 3** – Índice de Qualidade da Informação de páginas web de setores de governo responsáveis por políticas da juventude, acessadas por meio de links nas respectivas páginas no Facebook.



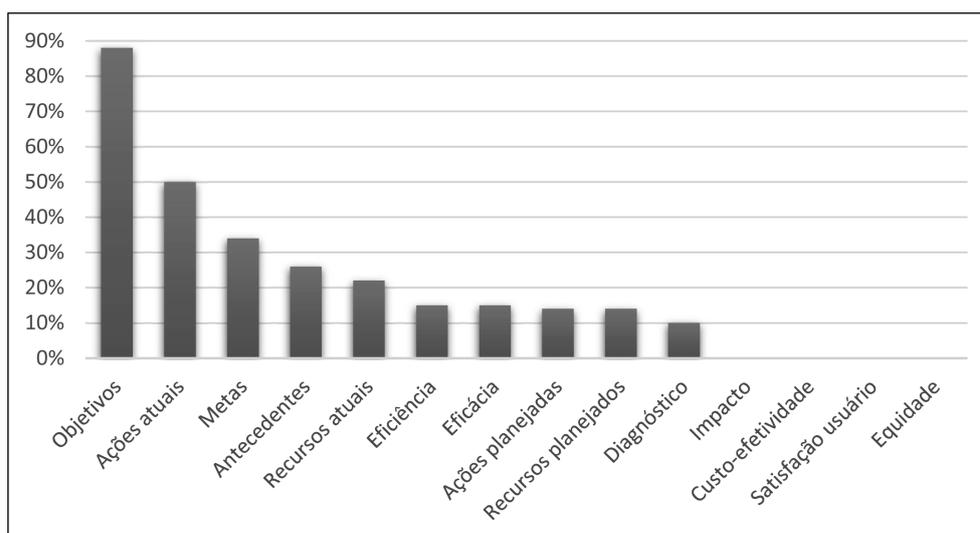
**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020).

As páginas web com informações sobre políticas públicas de juventude referidas pelas 76 postagens no Facebook obtiveram Índice de Qualidade da Informação (IQI) de 14% a 27%. Em média, o *corpus* de análise exibiu 21% do total de dados que seria possível atingir caso todas as políticas públicas avaliadas apresentassem informações em todas as categorias de análise (Gráfico 3).

Conforme o Gráfico 4, as informações encontradas na amostra de 76 páginas web foram classificadas majoritariamente nas categorias objetivos (88% das páginas web sobre políticas públicas de juventude analisadas apresentaram dados nessa categoria), ações atuais (50%), metas (34%) antecedentes (26%), eficiência (15%); eficácia (15%); recursos planejados (14%); ações planejadas (14%); diagnóstico (10%). Não foram encontradas informações que pudessem ser classificadas nas categorias impacto, custo-efetividade, equidade e satisfação do usuário.

Na comparação dos resultados obtidos entre a Etapa 1 e a Etapa 2 (Técnica 1.1), é possível verificar que o IQI médio de 14,5% identificado nas páginas web com informações sobre políticas públicas da juventude (Etapa 1) contrasta com o IQI de 21% apurado em páginas que foram acessadas por meio de links nas postagens oficiais no Facebook (Etapa 2). A diferença sugere que os gestores da comunicação na rede social possam ter percebido que páginas web com mais contexto e profundidade de informações teriam mais relevância para serem conectadas por meio de hiperlinks às postagens no Facebook.

**Gráfico 4** - Percentuais de informação por categorias de análise de conteúdo observados em páginas web de setores de governo responsáveis por políticas públicas de juventude, acessadas por meio das respectivas páginas do Facebook.



**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020).

No entanto, apesar da diferença, sustentamos que a apreciação de ambos os indicadores, somada à constatação das categorias de informação prevalentes conforme Gráficos 2 e 4, como objetivos e ações atuais, em detrimento de outras como custo-efetividade, equidade e satisfação do usuário, sugere que os gestores da comunicação pública digital priorizaram o caráter imediato e supostamente mais facilmente compreensível das políticas.

A ausência de informações relacionadas às categorias satisfação do usuário, equidade e custo-efetividade nas páginas web analisadas indica que não houve preocupação em consultar e dar visibilidade à percepção dos usuários de políticas públicas de juventude; não foram apresentados dados sobre como os gestores dessas políticas buscaram avaliar se os benefícios foram distribuídos de maneira equilibrada; não se buscou dar visibilidade a como os recursos aplicados atingiram os objetivos propostos como decorrência de escolhas otimizadas.

Este resultado sugere a possível influência das rotinas e valores de produção da notícia que conferiram primazia ao dado breve e episódico. Os valores-notícia do jornalismo (TRAQUINA, 2005; WOLF, 2003) são tidos como parâmetros utilizados pelos jornalistas para selecionar o que será divulgado, diante de um quadro variado de informações disponíveis. Segundo Wolf (2003, p. 195), os valores-notícia auxiliam a determinação de “quais acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias”, incluindo prescrições sobre as características a serem adotadas pelos textos noticiosos, como apelo, profundidade, extensão e, sobretudo, enquadramento — no sentido de que noticiar implica retirar um fato de seu contexto de origem e recontextualizá-lo

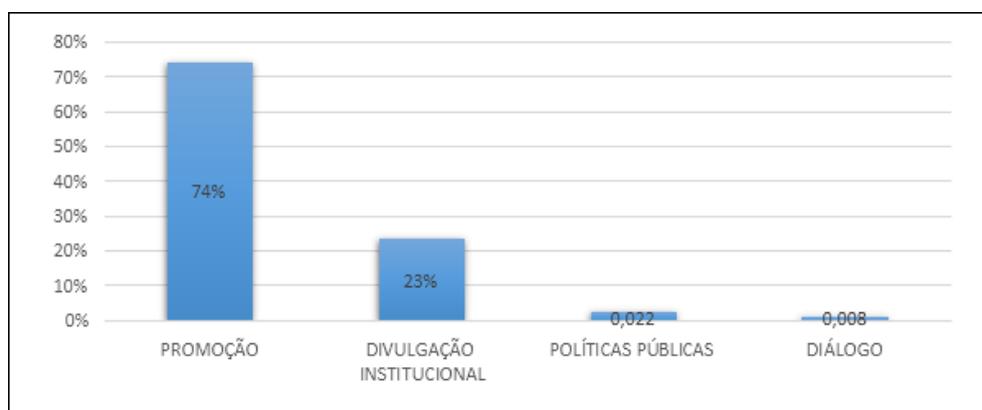
nas dimensões do noticiário, tendo em vista as limitações usuais de tempo, espaço, recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis à apuração jornalística, além de um perfil idealizado das capacidades cognitivas dos diversos públicos-alvo, do tempo disponível ao engajamento na recepção das notícias, expectativas ideológicas de um usuário mediano, etc. (PORTO, 2004).

Nesse sentido, sustentamos que a divulgação de informações sobre políticas públicas poderia ser aprimorada a partir de formação específica sobre as características da comunicação pública democrática, tanto nas universidades como em programas de treinamento específicos, e pelo estabelecimento de políticas públicas de comunicação que incentivassem a utilização de tais espaços de forma a atender de maneira mais abrangente o direito à informação sobre gestão pública. Em nossa interpretação dos resultados, consideramos que a escassez de normas ou orientações de comunicação pública democrática, resultante, por sua vez, da falta de políticas públicas de comunicação que estabeleçam regras e critérios dos processos e ações, cria um vácuo que justamente facilitaria a influência de determinados valores-notícia do jornalismo que atuariam como vetores de enquadramentos centrados no dado imediato e superficial, em detrimento de abordagens abrangentes e contextualizadas com dados considerados necessários à avaliação adequada de políticas públicas.

Sustentamos que tal fenômeno, no caso das políticas da juventude, pode ser observado tanto nos indicadores de IQI e categorias de informação prevalentes que apresentamos acima (Etapas 1 e 2, Técnica 1.1 de nossa pesquisa) quanto nos resultados da Etapa 2, Técnica 1.2 que são exibidos pelo Gráfico 5.

Na Técnica 1.2 da Etapa 2, o total de 3.874 postagens extraídas de 22 páginas no Facebook de setores de governo responsáveis por políticas públicas da juventude foi apreciado conforme quatro categorias de análise, exibidas na Tabela 2 (acima).

**Gráfico 5** - Classificação de postagens publicadas em páginas no Facebook de setores de governo responsáveis por políticas públicas da juventude, conforme categoria de análise.



**Fonte:** Elaborado pelos autores (2020).

Conforme o Gráfico 5, na categoria promoção foi classificado o maior número de postagens coletadas no período da pesquisa, com um total de 2.885 postagens, que equivale a 74% do total. O quesito “divulgação institucional” registrou 895 informações relacionadas, que correspondem a 23% do total. Analisada com profundidade na Técnica 1.1 (acima), a categoria “políticas públicas” registrou 76 postagens relacionadas, que correspondem a 2,2%. Em “diálogo”, foram classificadas 18 postagens, que correspondem a 0,8% do total e representaram iniciativas de diálogo criadas pelos gestores das páginas, que buscaram, por meio de questionários e enquetes, receber respostas do público. Nessa categoria, não foram incluídas postagens de iniciativa dos usuários, contendo perguntas, em geral, na busca de informações de prestação de serviço, como endereço, horários de funcionamento etc.

Sobretudo, o Gráfico 5 sugere que estratégias e processos de comunicação investigados priorizaram a divulgação de ações das secretarias e seus respectivos representantes, sendo pouco expressivas as preocupações com o enfoque efetivo das políticas da juventude como processo que envolve antecedentes, análise de impacto, custo-efetividade etc., e com possíveis iniciativas de estabelecimento de canais de diálogo com o público.

O exame dos dados oriundos da Técnica 1.2 da Etapa 2 sugere a necessidade de que os gestores da comunicação pública digital compreendam as políticas públicas da juventude como processo que abrange aspectos complexos, indicados pela literatura e aqui representados pelas 14 categorias de análise (Tabela 1), e assim componham abordagens contextualizadas; além disso, os dados indicam que as políticas públicas de comunicação devem prever estratégias para reconhecer o jovem como protagonista em oportunidades de interação e diálogo, procurando estabelecer laços para aprimorar a confiança e aproximar as ações da administração pública da juventude.

Os dados coletados na Etapa 3 de nossa pesquisa, constituída pelo preenchimento de formulários online por gestores de 18 dos portais analisados que responderam ao nosso convite de participação na sondagem, fornecem linhas de interpretação adicional dos resultados obtidos nas etapas anteriores de pesquisa. Dos 18 respondentes, 80% são graduados em jornalismo; 13%, em publicidade e propaganda; 6%, em direito; 1%, outros. A predominância de jornalistas sugere a corroboração da explicação que indica a prevalência de determinados critérios do jornalismo como parâmetros para atuação na comunicação pública, apesar das diferenças fundamentais deste campo em relação àquele.

Para aproximadamente dois terços dos entrevistados (65%), os recursos da comunicação pública digital são utilizados para disseminar informações sobre as ações do próprio setor de governo; para 12%, são utilizados para a divulgação de políticas públicas da juventude; para outros 12%, são utilizados para promover o diálogo entre governo e jovens.

A preferência pelo dado imediato, em detrimento da apreciação da política como

processo, pode ser inferida tanto dos dados das Etapas 1 e 2 quanto das percepções profissionais obtidas na Etapa 3. Sobretudo, os resultados da Etapa 3 de nossa pesquisa indicam que os gestores de comunicação acreditam não só que seu trabalho atende ao que é esperado em sua função, mas também que seu conhecimento sobre políticas públicas é suficiente. Quando questionados sobre sua capacidade de caracterizar com abrangência e profundidade as informações que fazem parte de uma política pública, metade dos respondentes afirma ser capaz de caracterizar com grande abrangência e profundidade todas as etapas que envolvem a elaboração de políticas públicas; 43% afirmam ter capacidade moderada, e 7%, limitada abrangência e profundidade. Ou seja, a escassez de políticas e orientações coerentes com a normatividade da comunicação pública não é nem mesmo notada pelos gestores sondados, o que sugere a complexidade do enfrentamento das insuficiências que detectamos.

## Considerações finais

Com as potencialidades trazidas pelas tecnologias de informação e comunicação para as realizações de comunicação pública governamental, a exploração de portais web de governo e páginas de redes sociais *online* requer estratégias e processos capazes de disseminar abordagens qualificadas para atender o direito à informação inscrito na cidadania contemporânea e de promover fluxos de diálogo entre cidadãos e governos, de modo a incentivar o engajamento social e a participação democrática dos jovens.

Os resultados de nossa pesquisa indicam a complexidade do percurso de exploração das tecnologias no contexto da normatividade da comunicação pública trazida pela literatura especializada. Sugerimos que as estratégias e processos de comunicação pública empregados em portais web e páginas oficiais em redes sociais de setores de governo responsáveis pela gestão de políticas públicas da juventude apresentam insuficiências importantes, o que coloca a exigência de aperfeiçoamento em busca do desenvolvimento da comunicação democrática.

Detectamos Índices de Qualidade da Informação médios de no máximo 21%, o que significa que o *corpus* analisado apresenta cerca de um quinto do total de informações necessárias para a caracterização abrangente de uma política pública da juventude. Além disso, identificamos a prevalência de informações sobre aspectos restritos das políticas, em detrimento de uma visão da política como processo, e a predominância de postagens em redes sociais que favorecem a promoção dos próprios setores de governo, novamente em prejuízo do enfoque da política pública como ciclo que envolve formulação, execução e avaliação de impacto e resultados.

Os resultados sugerem que pode ter havido, contraditoriamente, a influência de valores-notícia determinando a adoção, pelos gestores da comunicação pública digital, de critérios que circunscrevem e limitam a informação sobre gestão de

políticas públicas da juventude aos seus elementos mais imediatos. Isto explicaria tanto a prevalência de informações relacionadas às categorias objetivos, metas, ações atuais e recursos atuais, quanto a negligência com dados relacionados ao longo prazo de execução de políticas, como antecedentes e impacto, e ao ciclo da política que se completa com sua avaliação pelos públicos-alvo, como custo-efetividade, equidade e satisfação do usuário.

A prevalência do dado imediato, o que tende a prejudicar a visão da política como processo, é uma insuficiência que identificamos no *corpus* de análise. Mas propomos que não é algo acidental; ao contrário, se mostra coerente com a autopercepção dos gestores sobre qual é sua missão, em notável contraste com a normatividade da comunicação pública. Afinal, sua caracterização pelos autores aqui revisados apontam aspectos como as finalidades de estabelecer fluxos de informação entre cidadãos e governos, viabilizar a prestação de contas e conferir transparência sobre o percurso de formulação, execução e avaliação de políticas públicas (BRANDÃO, 2012; KUNSCH, 2012; DUARTE, 2011); de proporcionar o reconhecimento do jovem como sujeito de direitos (HONNETH, 2003); de escutar os diferentes atores e incentivar o debate em igualdade de condições, baseada na liberdade de informação (SALOMÃO, 2011); de tornar real a circulação de informações qualificadas para que se possa “acionar, usufruir, controlar e criticar tais políticas” (RIBEIRO, 2016, p. 306); de oferecer informações completas conforme roteiros indicados por instituições multilaterais como Banco Mundial e Organização dos Estados Americanos Mundial (DARBISHIRE, 2010; OAS, 2012); e, finalmente, ao menos de atender a legislação brasileira de direito à informação, que requer a divulgação de metas, resultados, indicadores de resultado e impacto (BRASIL, 2012).

As percepções dos gestores sobre seu trabalho se mostram coerentes com tal desempenho insuficiente, que pode até certo ponto ser explicado justamente por aquelas percepções, segundo as quais uma suposta missão da comunicação pública, em notável contradição em relação à normatividade trazida pela literatura especializada, estaria sendo cumprida por profissionais que se percebem majoritariamente como competentes.

Embora previsível, pode ser aqui reiterada a consideração de que insuficiências como as que foram detectadas por nossa pesquisa podem ser enfrentadas pelo aperfeiçoamento da formação universitária e de programas de capacitação profissional dos gestores da área, de modo a demarcar os princípios da comunicação pública em uma sociedade democrática como vetores de estratégias adequadas para portais web e páginas oficiais em redes sociais que valorizem a informação de qualidade e o diálogo com os públicos-alvo.

# Notas

[1] Este artigo apresenta resultados de tese de doutorado defendida em programa de pós-graduação em comunicação. A primeira autora agradece à Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) pela bolsa concedida (Processo nº 2016/09134-8). O segundo autor agradece à Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, Código de Financiamento 001, Processo nº 88887.371422/2019-00) e ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Processo nº 305689/2019-3), pelo apoio.

[2] Disponível em: <<http://www4.goiania.go.gov.br/portal/site.asp?s=1738&m=2580>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

[3] Disponível em: <<http://www.juventudeparana.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=17>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

[4] Disponível em: <<http://juventudecuiaba.blogspot.com/>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

[5] Disponível em: <<http://www.juventude.ma.gov.br/2017/04/07/projeto-geracao-ciencia-2/>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

[6] Disponível em: <<http://www4.goiania.go.gov.br/portal/site.asp?s=1738&m=2579>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

[7] Disponível em: <<https://portal.to.gov.br/reas-de-interesse/juventude/casa-do-estudante/>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

[8] Disponível em: <<http://www.juventude.ma.gov.br/2017/04/07/projeto-geracao-ciencia-2/>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

[9] Disponível em: <<http://www.juventude.ma.gov.br/2017/04/07/projeto-tour-jovem-cidadao-3/>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

[10] Disponível em: <<https://portal.to.gov.br/reas-de-interesse/juventude/estacao-juventude>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

[11] Disponível em: <<https://portal.to.gov.br/reas-de-interesse/juventude/escolinha-nilton-santos/>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

[12] Disponível em: <<http://www.rj.gov.br/web/seelje/exibeconteudo?article-id=2441123>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

## Referências

ALTHEMAN, F.; MARQUES, A.C.S.; MARTINO, L.M.S. Comunicação nos movimentos insurgentes: conversações políticas on-line durante a ocupação de escolas em São Paulo. *Esferas*, Brasília, v. 6, n. 10, p. 82-94, 2017. DOI: <<http://dx.doi.org/10.31501/esf.v1i10.9332>>.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

BARRICHELO, E. Apontamentos sobre as estratégias de comunicação mediadas por computador. In KUNSCH, M. M. K. (org.). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos**. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 337-357.

- BRANDÃO, E. P. Conceito de Comunicação Pública. In DUARTE, J. (org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2012, p. 1-33.
- BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Dispõe sobre o acesso a informações públicas. **Diário Oficial da União**: seção 1 – edição extra, Brasília, DF, ano 148, n. 221-A, p. 1-4, 18 nov. 2011. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm)>. Acesso em: 15 jun. 2016.
- BRASIL. Decreto 7.724/2012. Regulamenta a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, que dispõe sobre o acesso a informações. **Diário Oficial da União**: seção 1 – edição extra, Brasília, DF, ano 149, n. 94-A, p. 1, 16 mai. 2012. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/Decreto/D7724.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/Decreto/D7724.htm)>. Acesso em: 15 jun. 2016.
- BRASIL. Lei nº 12.852, de 05 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 150, n. 149 -A, p. 1, 05 ago. 2013. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm)>. Acesso em: 8 jul. 2016.
- CACCIAMALI, M. A.; TATEI, F. Impacto do desemprego e da informalidade sobre a empregabilidade e a renda futura do jovem. In **Boletim Regional, Urbano e Ambiental**. Brasília: Ipea, 2017.
- CARVALHO, S. N. Avaliação de programas sociais: balanço das experiências e contribuição para o debate. **São Paulo em Perspectiva**, v. 17, n. 3-4, p. 185-197, 2003. DOI: <<https://doi.org/10.1590/S0102-883920030003000019>>.
- CORBUCCI, P.R. Evolução do acesso de jovens à educação superior no Brasil. In **Texto para discussão**. Brasília: Ipea, 2014.
- DARBISHIRE, H. **Proactive Transparency**: The future of the right to information. Washington: World Bank, 2010.
- DEBERT, G.G. A dissolução da vida adulta e a Juventude como valor. **Horizontes Antropológicos**, v. 16, n. 34, p. 49-79, 2010. DOI: <<https://doi.org/10.1590/S0104-71832010000200003>>.
- DUARTE, J. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In KUNSCH, M. M. K. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011, p. 121-134.
- DUARTE, J. Instrumentos da Comunicação Pública. In: DUARTE, J. (org.) **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2012, p. 59-71.

GIL, P. G.; MATOS, H. Quem é o cidadão na comunicação pública? In MATOS, H. (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2012, p. 141-168.

GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.

HABERMAS, J. **Direito e democracia: entre a facticidade e a validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997. v. 2.

HONNETH, A. **A luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais**. São Paulo: Editora 34, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). PNAD contínua: número de jovens que não estudam nem trabalham ou se qualificam cresce 5,9% em um ano. **Agência IBGE Notícias**, Rio de Janeiro, mai. 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/21253-pnad-continua-2017-numero-de-jovens-que-nao-estudam-nem-trabalham-ou-se-qualificam-cresce-5-9-em-um-ano>>. Acesso em: 8 jul. 2016.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). Educação Básica: A Obrigação da Reforma Ampla. In **Desafios da Nação**. Brasília: Ipea, 2018.

KUNSCH, M.M.K. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In MATOS, H (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2012, p. 13-32.

KUNSCH, M.M.K. A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. **Media & Jornalismo**, Lisboa, v. 18, n. 33, p. 13-24, 2018. DOI: <[https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_33\\_1](https://doi.org/10.14195/2183-5462_33_1)>.

LÓPEZ, J. C. J. Advocacy: uma estratégia de comunicação pública. In KUNSCH, M.M.K. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011, p. 61-80.

LOVEJOY, J., WATSON, B. R.; LACY, S.; RIFFE, D. Three decades of reliability in communication content analyses: reporting of reliability statistics and coefficient levels in three top journals. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 93, n. 4, p. 1135-1159, 2016. DOI: <<https://doi.org/10.1177/1077699016644558>>.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Políticas públicas de/para/com juventudes**. Brasília: UNESCO, 2005.

ORGANIZATION OF AMERICAN STATES (OAS). **Model Inter-American Law on Access to Public Information and its implementation guidelines**. Washington: OAS, 2012.

PORTO, M. P. Enquadramentos da mídia e política. In RUBIM, A. A. C. (org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004, p. 73-104.

RIBEIRO, E. Políticas de Juventude no Brasil: conhecimento e percepção dos jovens. In NOVAES, R.; VENTURI, G.; RIBEIRO, E.; PINHEIRO, D. (orgs.). **Agenda juventude Brasil: Leituras sobre uma década de mudanças**. Rio de Janeiro: Unirio, 2016, p. 287-303.

ROLANDO, S. A dinâmica evolutiva da comunicação pública. In KUNSCH, M. M. K. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011, p. 23-38.

ROTHBERG, D. Democracia digital e redes sociais: Twitter como filtro de informação política. **E-Compós**, Brasília, v. 17, n. 1, p. 1-16, 2014. DOI: <<https://doi.org/10.30962/ec.1023>>.

SALOMÃO, D. Desigualdades sociais na área da saúde: terceira idade, reconhecimento e capital social. In MARQUES, A.; MATOS, H. (orgs.). **Comunicação e política: Capital social, reconhecimento e deliberação pública**. São Paulo: Summus, 2011, p. 293-316.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

TREVISAN, A. P.; BELLEN, H. M. Avaliação de políticas públicas: uma revisão teórica de um campo em construção. **RAP – Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 3, p. 529-550, 2008. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/6644>>. Acesso em: 8 ago. 2021.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 8. ed. Lisboa: Presença, 2003.