

CIRCUITO AGENDA EPTV

Comunicação Pública na Era das Redes Sociais

11 DE NOVEMBRO DE 2026

iSM.

Felipe Soutello

@felipesoutello
ism.wiki.br
youtube.com/@ismcampanhas

Felipe Soutello

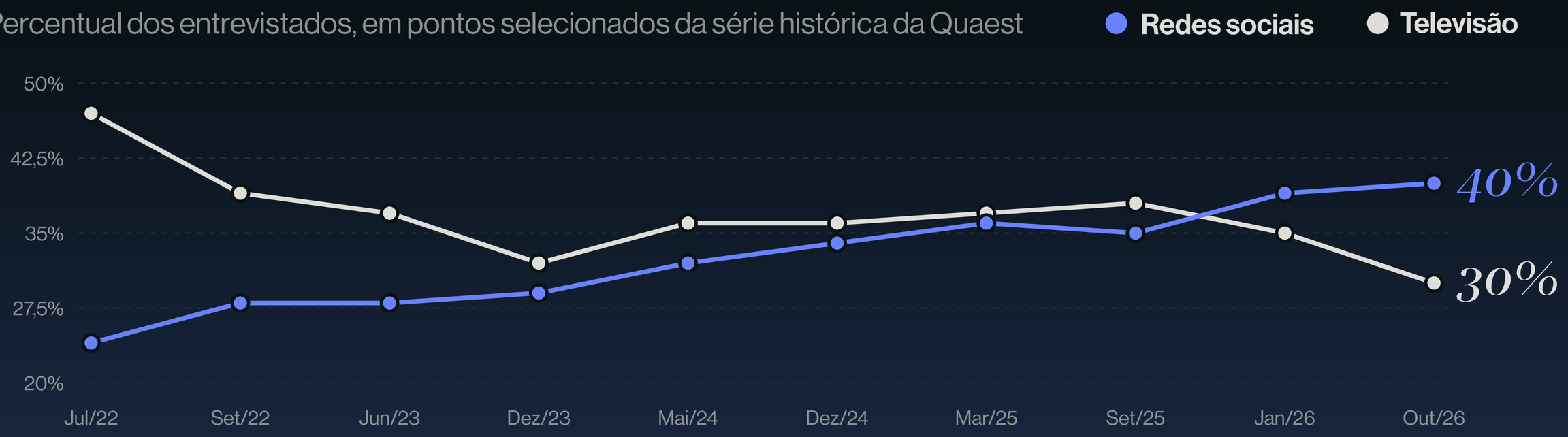
ISM.

A *Inversão Histórica*

televisão versus redes sociais, de 2022 a 2026

PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO SOBRE POLÍTICA

Percentual dos entrevistados, em pontos selecionados da série histórica da Quaest



Fontes: séries Genial/Quaest de 2022–2025, pesquisa Quaest de janeiro de 2026 e relatório de 21/10/2026 anexado. Pontos selecionados, não todas as rodadas.

Felipe Soutello

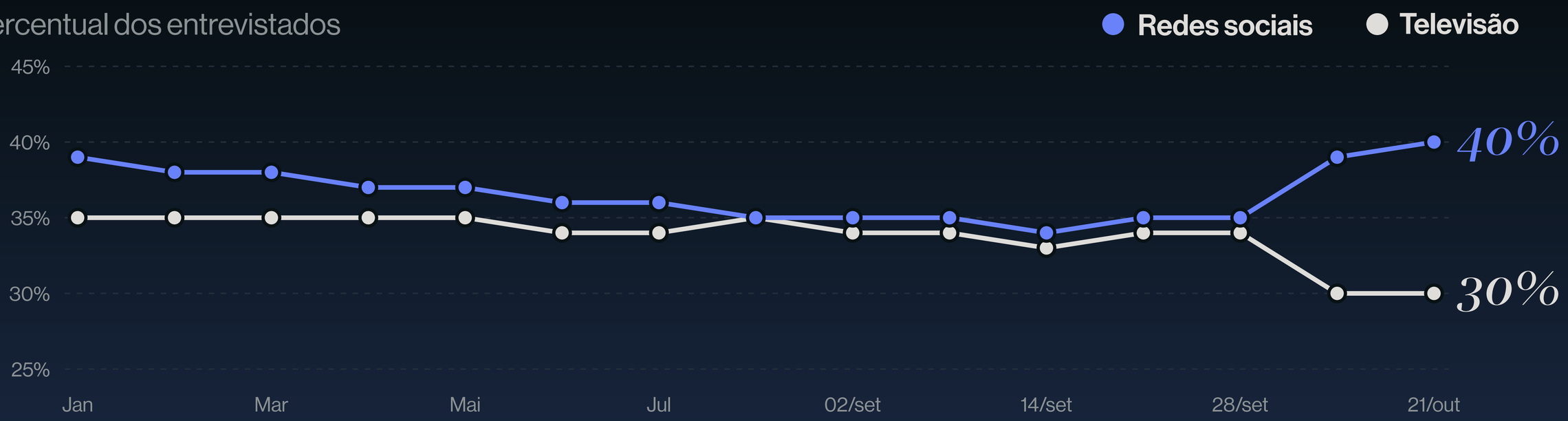
ISM.

A RETA FINAL

A *aceleração* na reta final de 2026

PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO POLÍTICA EM 2026

Percentual dos entrevistados



Série aproximada.

A ATENÇÃO FRAGMENTADA

Da **comunicação de massa** à *fragmentação da atenção*

ANTES

Poucos emissores, grandes audiências e uma agenda relativamente compartilhada.

AGORA

Algoritmos, influenciadores e comunidades de afinidade.

"A sociedade **já não recebe necessariamente as mesmas informações** sobre os mesmos acontecimentos."

ATENÇÃO, COMPREENSÃO E CREDIBILIDADE

Mais ***exposição*** não significa mais ***comunicação***

Nunca foi tão fácil

produzir e distribuir conteúdo.

Nunca foi tão difícil

assegurar atenção, compreensão e credibilidade.

“O desafio deixou de ser apenas conquistar espaço. **É construir significado.**”

O que muda para a *comunicação pública?*

Informar sobre serviços e direitos.

01

Explicar decisões e prioridades.

02

Prestar contas sobre recursos e resultados.

03

Ouvir a sociedade e incorporar demandas à gestão.

04

Medir resultados pela compreensão e utilidade pública, não apenas pelo engajamento.

05

A prefeitura não é o prefeito

Limites cada vez mais tênues.

"A prefeitura comunica **para servir ao cidadão**,
não para construir a imagem pessoal de quem governa."

GOVERNANÇA JURÍDICA

Os limites jurídicos da ***campanha permanente***

01 **Artigo 37 da Constituição:** caráter educativo, informativo ou de orientação social.

02 A impessoalidade deve ser **respeitada durante todo o mandato.**

03 **Perfis separados não bastam:** é preciso separar recursos, equipes e finalidades.

04 A publicidade irregular pode gerar **responsabilização**; em circunstâncias específicas, também ilícitos eleitorais e abuso de poder.

05 A governança jurídica deve fazer parte do **planejamento da comunicação.**

"A sofisticação tecnológica da comunicação exige a mesma sofisticação em seus controles."

Felipe Soutello

ISM.

CONCLUSÃO

A atenção *mudou de lugar*

01

As redes **transformaram a relação** entre cidadãos, política e instituições.

02

A comunicação pública precisa ser **multiplataforma, acessível e orientada ao interesse coletivo.**

03

Coerência, transparência e resultados continuam sendo os fundamentos da confiança.

04

A inovação deve **aproximar a sociedade do Estado**, sem confundir o Estado com seus governantes.

LEIA O ARTIGO

Felipe Soutello

@felipesoutello

ism.wiki.br

youtube.com/@ismcampanhas

iSM.