

COMUNICAÇÃO PÚBLICA GOVERNAMENTAL EM MÍDIAS SOCIAIS: lacunas e perspectivas arquivísticas

Anahi Rocha Silva¹

anahi.silva@unesp.br

Marcia Cristina Carvalho Pazin²

marcia.pazin@unesp.br

Resumo

A comunicação governamental realizada no âmbito da esfera de competência do presidente é composta por documentos públicos considerados de grande importância para a nação e seus cidadãos, podendo ser consultados por todos. Para atender as necessidades informacionais, são criadas várias estratégias comunicativas, resultando em uma diversidade de processos e agentes envolvidos, de instrumentos, produtos e documentos distintos, que devem receber tratamentos técnicos adequados. A comunicação presidencial abrange desde a rotina diária dos boletins da Sala de Imprensa da Presidência, passa pela programação institucional, em meio impresso ou digital, e atualmente inclui as postagens realizadas pessoalmente pelo presidente em plataformas de mídias sociais. Em especial, as postagens realizadas pelos governantes (presidentes ou primeiros ministros) em mídias sociais durante o mandato, contemplam um tema ainda relativamente novo, que divide a opinião de especialistas quanto à sua natureza, pública ou pessoal, mas convergem a respeito de serem consideradas como parte do registro histórico, cultural e organizacional da esfera administrativa correspondente. A capacidade das mídias sociais em fornecer interações diretas entre os cidadãos e seu governante também levantam grandes desafios, entre os quais, a responsabilidade pelo arquivamento das postagens e suas interações. Questões relacionadas às diretrizes e estratégias a respeito da captura, documentação, gerenciamento de informações e métodos para recuperar dados, também são discutidas. No Brasil, esse tema carece de diretrizes nas políticas públicas de informação e comunicação governamentais, e ainda sequer alcançou os Arquivos Nacionais. Países como os Estados Unidos e da Austrália têm enfrentado questões importantes relacionadas à gestão, preservação e acesso a documentos presidenciais ao longo de sua história, com atenções especiais voltadas a este novo tipo documental. O objetivo desse artigo é discutir a natureza arquivística das comunicações presidenciais produzidas em plataformas de mídias sociais e explorar as políticas de gerenciamento e arquivamento desses conteúdos nos EUA e Austrália. Para alcançar os objetivos propostos, uma pesquisa foi realizada no site do Arquivo Nacional dos EUA (National Archival and Records Administration- NARA) e no site do Arquivo Nacional da Austrália (National Archives of Australia - NAA), complementado com artigos em bancos de dados bibliográficos internacionais da Science Direct e Google Scholar. Como resultados, são apresentados elementos de análise sobre as políticas arquivísticas para os documentos

¹ Universidade Estadual Paulista – UNESP, Marília/SP, Brasil.

² Universidade Estadual Paulista – UNESP, Marília/SP, Brasil.

presidenciais do NARA e NAA. Do ponto de vista da teoria e da práxis que envolvem esse tipo de documento de arquivo, verifica-se que a necessidade de um corpo teórico sobre as formas e estratégias de preservação e arquivamento. Conclui-se que os resultados obtidos indicam como este tema pode ser enfrentado nos próximos anos pelos profissionais da informação e governos..

Palavras-chave: Comunicação Pública; Documento Presidencial; Política de Arquivamento de Mídias Sociais.

INTRODUÇÃO

A comunicação governamental realizada no âmbito da esfera de competência do presidente gera documentos públicos considerados de grande importância para a nação e seus cidadãos, podendo ser consultado por todos. Para atender as exigências de informação, são criadas várias estratégias comunicativas, resultando em diversidade de processos e agentes envolvidos, de instrumentos, produtos e documentos distintos.

A comunicação presidencial abrange desde as ações relacionadas à rotina diária da Presidência, com a programação da agenda institucional e passa pelos documentos que materializam e registram as ações do Presidente. Dentre todas as ações, ganham um destaque especial, os discursos, proclamações, pronunciamentos em coletivas de imprensa e outras atividades políticas de relações públicas realizadas pessoalmente pelo presidente.

Visto como o principal formulador de políticas, as comunicações retóricas presidenciais são consideradas uma modalidade estratégica do chefe de estado se reportar diretamente à população interna e externamente a outros países e organizações, para informar, passar sua mensagem sobre determinado tema ou assunto, esclarecer questões específicas sobre políticas ou tomada de decisão, angariar apoio público para sua administração, aumentar os índices de aprovação de seu governo, influenciar a agenda pública (COHEN, 1995; TULLIS, 2017). Por esta razão, os conteúdos e produtos derivados dessas comunicações constituem fontes primárias de informações, cuja proteção e acesso interessam à história e à memória política, institucional e social das democracias e de seus cidadãos.

Tradicionalmente esta modalidade de comunicação presidencial era transmitida à população através dos veículos de comunicação de massa (rádio, jornais e televisão

aberta) (BECKER, 1961; COHEN, 2008). Na chamada “nova era da mídia”, com o advento da internet, esta prática retórica presidencial vem sendo adaptada para formatos menos formais, em postagens realizadas em plataformas de mídias sociais como o Twitter, e passaram a ser uma estratégia de comunicação praticamente diária.

No entanto, a capacidade das mídias sociais em fornecer interações diretas entre os cidadãos e o governo levantam grandes desafios, entre as quais, a responsabilidade pelo arquivamento dessas postagens (JAEGER, BERTOT, SHULER, 2010, SHULER et al., 2010). Segundo Bertot, Jaeger e Hansen (2012), as políticas de informação acerca do uso das mídias sociais por agências governamentais devem fixar diretrizes e estratégias a respeito da captura, documentação, gerenciamento de informações e métodos para recuperar dados, e podem vir de um grande número de fontes incluindo a legislação, regulamentos, circulares e ordens executivas.

Embora haja uma crescente produção de literatura sobre a importância de mídias sociais por pelo setor público, pelo governo, governantes e funcionários, questões relativas a seus impactos, formulação e implementação de políticas de arquivamento, foram pouco exploradas. Com base nesse fundamento, o objetivo deste estudo é discutir a natureza arquivística das comunicações presidenciais produzidas em plataformas de mídias sociais, e explorar as políticas de gerenciamento e arquivamento desses conteúdos pelos Arquivos Nacionais dos Estados Unidos e da Austrália.

A delimitação do objeto de estudo recaiu sobre as comunicações presidenciais realizadas em plataformas de mídias sociais, por tratar-se de um meio muito utilizado por presidentes para comunicar-se com a sociedade e pela emergência do tema a ser pesquisado, sob perspectiva arquivística. Como delimitação do estudo, para fins de comparação, foram escolhidos os EUA e Austrália pelo fato de serem referências internacionais na área da Arquivologia, expressando modelos organizacional, científico e de com sistemas nacionais de arquivos bem estabelecidos.

Entende-se que este estudo comparativo é importante, pois pretende contribuir com os estudos de comunicação governamental da presidência, uma vez que no Brasil esse tema carece de diretrizes nas políticas públicas de informação e comunicação governamentais, e ainda sequer alcançou os Arquivos Públicos.

2 METODOLOGIA

Este estudo se caracteriza como uma pesquisa de abordagem qualitativa e de natureza exploratória, utilizando como procedimento metodológico a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental, realizada em duas etapas.

A primeira etapa consistiu em pesquisa documental on line, no site Arquivo Nacional dos EUA (National Archival and Records Administration- NARA) e no site do Arquivos Nacionais da Austrália (National Archives of Australia - NAA), com o objetivo de identificar os principais documentos relacionados às políticas públicas arquivísticas das comunicações presidenciais (EUA) e do primeiro ministro (Austrália) realizadas em plataformas de mídias sociais, incluindo a perspectiva da gestão de documentos, conquanto à legislação, procedimentos, padrões e abordagens práticas na área.

A segunda etapa consistiu em apresentar a discussão à luz de bibliografia acadêmica sobre o tema, localizada em bancos de dados bibliográficos internacionais, especificamente Science Direct e Google Scholar, utilizando os termos combinados entre si, com o operador booleano AND: “presidential records”, “presidential papers”, “public papers of the presidents”, “presidential archives” AND “archival policy

3 A Comunicação Pública Governamental

Os princípios da comunicação do poder público pela transparência e prestação de contas, são garantidos por Leis, Decretos e Instruções Normativas, assim como os objetivos norteadores de comunicação presidencial estão previstos na Constituição Federal. No Brasil, a Constituição Federal de 1988, em seu artigo 37, estabelece a publicidade como um dos princípios da administração pública, orientando que a comunicação pública “deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social” (HASWANI, 2006).

A comunicação pública é elemento qualificador das democracias (LUZ; WEBER, 2019) e diz respeito ao processo comunicativo promovido pelas esferas federal, estadual e municipal, relacionado a temas de interesse coletivo, estabelecido entre o Estado, governo e sociedade civil (WEBER, 2007), que pode ser efetivada através da atuação de diversos agentes e em diversas ações comunicacionais do Estado.

O órgão responsável pela comunicação do Governo Federal com a sociedade é a Secretaria de Comunicação Social (SECOM), que foi instituída pela Lei nº 6.650, de 23 de maio 1979 (BRASIL, 1979). Além de assistir diretamente ao presidente no desempenho de suas atribuições, é da competência da SECOM a formulação e implementação da política de comunicação e divulgação social do Governo; a implantação de programas informativos e também a coordenação do sistema de informação que interliga as assessorias dos ministérios, das empresas públicas e das demais entidades do Poder Executivo Federal (BRASIL, 2007). Assim, garante a disseminação de informações de interesse público, como direitos e serviços, e também projetos e políticas de governo. Para isso, a SECOM pode convocar redes obrigatórias de rádio e televisão para a transmissão de pronunciamentos oficiais do presidente da República e dos ministros de Estado (BRASIL, 2007).

A comunicação pública governamental realizada no âmbito da esfera de competência do Poder Executivo Federal brasileiro se concretiza a partir da atuação de diversos agentes e variadas modalidades comunicativas e instrumentos que cobrem desde a rotina diária dos boletins da Sala de Imprensa da Presidência, passa pela programação institucional dos filmes de televisão e cinemas, corre na rede impressa de boletins, jornais, revistas especializadas, folhetos, panfletos, folders, espalhados pelas centenas de instituições e empresas governamentais, projeta-se na política da fixação de imagem para os planos, programas e obras governamentais e vai, de Brasília, sede do Poder Central, até as pequenas comunidades rurais do interior do País (TORQUATO, 1985).

No caso específico, os discursos, conferências de imprensa, declarações, proclamações e pronunciamentos, consistem em modalidades de comunicações presidenciais formais que permitem uma ligação direta entre a figura do presidente com o público por meio da mídia de massa. A percepção é que nestes casos, o presidente reporta-se pessoalmente ao público, dispensando intermediários, há uma atuação unilateral como um símbolo de chefe de Estado, demonstrando suas habilidades individuais e exercitando seu poder diante da nação.

Embora a imprensa não faça parte do governo, foi por meio das mídias de comunicação em massa (mídias de transmissão), que os presidentes recorreram para se

comunicar direta e instantaneamente com uma grande audiência, de forma mais eficaz (CEASER et al., 1981; BROWNELL, 2015; DOUGLAS, 2015). Essa comunicação presidencial midiática em massa, tradicionalmente foi pautada em um modelo de Assessoria de Comunicação Social (ACS), intermediado pelos profissionais de relações públicas, encarregados de zelar pela imagem do presidente, direcionar suas mensagens e seu relacionamento com a imprensa, a fim de garantir que a cobertura e o tom das notícias sejam positivas e para moldar a opinião pública (BRANDÃO, 2009; COHEN, 2008).

Contudo, o processo de inovação tecnológica vem impactando profundamente o campo da comunicação governamental, fazendo com que haja um estreitamento das relações entre o cidadão, a gestão pública e o governante, como novos canais de comunicação para a democratização da informação. Com a adesão institucional às tecnologias de informação e comunicação (TIC) em ambiência digital, surge uma nova estrutura comunicacional (mídias de interação em rede). Neste contexto, as mídias sociais ganham protagonismo especial, em que os canais e as estruturas de comunicação se reorganizaram em função de novas demandas sociais, por transparência, prestação de contas e por acesso, que envolvem o dinamismo, agilidade e mobilidade (SONG; LEE, 2016).

4 Natureza arquivística das postagens em mídias sociais por governantes

Consideradas como um novo paradigma de comunicação governamental na era digital (SCACCO; COE, 2016) as mídias sociais são definidas pela Enciclopédia Internacional de Comunicação e Sociedade Digital como:

um termo abrangente amplamente usado que se refere ao conjunto de ferramentas, aplicativos e serviços que permitem que as pessoas interajam com outras usando tecnologias de rede, como computadores pessoais e smartphones. A mídia social tende a ser associada a uma convergência de práticas de produção, distribuição e consumo e uma mistura de criatividade do usuário, colaboração e compartilhamento habilitado e compartilhamento de tecnologias de rede assistida (VAN DER GRAAF, p. 1, 2015).

Em razão de serem consideradas ferramentas práticas de comunicação foram adotadas na última década por diversos países, e passaram a ser incorporadas como

estratégias de apoio ao governo no contexto do chamado governo 2.0, e-government ou governo eletrônico (UNITED NATIONS, 2012, p.47), podendo ser utilizados em qualquer nível administrativo (SOBACI, 2016). Presidentes modernos passaram a cultivar uma alta presença visível e quase constante nas arenas não políticas da vida cívica, via engajamento em um ambiente de mídia fragmentado, acessível, pessoal e pluralista (SCACCO; COE, 2016).

Lançado em 2006, o Twitter (<http://www.twitter.com>) é uma das aplicações web de maior sucesso entre as autoridades de Estado, onde os usuários podem 'descobrir o que está acontecendo agora' (GRANT; MOON; GRANT, 2010). Esta plataforma fornece um vasto repositório de declarações por uma ampla gama de políticos, em campanha eleitoral ou depois de eleito, mantendo-se constante ativo nesse meio de comunicação (KOSSER, 2019).

É pelo Twitter que declarações e anúncios são feitos pelos presidentes, antes mesmo de a informação ser oficialmente publicada, mantendo seus usuários sempre à frente das notícias. Com um novo design da comunicação, o Twitter é utilizado por presidentes para firmar posicionamentos, transmitir informações de forma tradicional ou implantar os recursos interativos fornecidos pela ferramenta para se envolver em um “diálogo digital” com seus seguidores (WELP; RUTH, 2017), busca-se uma certa "desintermediação", abreviando as conexões fortemente mediadas oferecidas pela mídia tradicional (GRANT; MOON; GRANT, 2010), incluindo a capacidade de enviar mensagens diretas às pessoas.

Em geral, os documentos de arquivo são produzidos ou recebidos em conexão com a realização de negócios e preservados como evidência das ações de uma organização ou pessoa, de políticas, das decisões, dos procedimentos, das operações ou outras atividades. Na concepção arquivística, a função para a qual o documento é criado determina seu uso e o destino de seu armazenamento.

Por meio da abordagem arquivística, é possível afirmar que estas postagens em redes sociais por presidentes são informações orgânicas, não tanto pela ambiência em si, mas pelo contexto e finalidade (atividade institucional) em que são produzidas. Como lembra Vitoriano (2017) informação orgânica são informações registradas que nascem do funcionamento dos organismos, produzidas no ambiente organizacional,

como resultado do desempenho de funções e atividades necessárias e inerentes à sua existência.

Apesar dessas informações registradas não corresponderem ao modelo clássico ou tradicional de documento de arquivo (em relação ao suporte, formato, forma, gênero, espécie e tipo documental, bem como elementos formais e características diplomáticas), estas comunicações podem ser consideradas também como documentos arquivísticos, pois são produzidas por uma autoridade nacional, no curso de uma atividade prática, transmitindo informações de interesse público, endereçada aos seus seguidores. Trata-se de documentos nato-digitais, criados em meio eletrônico, dinâmicos, interativos e complexos em razão de seus metadados, protocolos e códigos e tendo em vista que cada mensagem publicada pode gerar um número indefinido de ações por parte dos internautas, com possibilidade de comentários e compartilhamento.

Semelhante raciocínio foi feito por Luz e Weber (2019) no trabalho em que foi realizado levantamento da comunicação governamental disponível no site oficial da Presidência da República do Brasil produzida durante o governo do ex-presidente Michel Temer (2016-2018) e da ex-presidenta Dilma Rousseff (2010-2016). Nesta ocasião as autoras referem-se à relação entre a comunicação governamental e a memória constituída a partir do material produzido e armazenado por essa comunicação e da preservação deste material (LUZ; WEBER, 2019).

Assim como o arquivamento de sites oficiais é necessário, os artefatos digitais gerados através do uso de ferramentas de redes sociais, seja em perfil institucional ou pessoal, também apresentam potencial de uso e utilidade por longo prazo para indivíduos, organizações e sociedades (NATHAN, SHAFFER, 2012). Porém, em virtude da natureza dinâmica desses documentos, a apresentação de forma fixa e conteúdo estável, necessários ao arquivamento, dependem do estabelecimento de políticas arquivísticas que garantam a preservação adequada da informação orgânica.

Segundo Vitoriano (2017), os historiadores sempre deram status privilegiado aos documentos de arquivo como fontes da verdade. Considerando a realização de tratamento e preservação de sites e conteúdo de mídias sociais, poderão ver-se ampliadas as fontes primárias de pesquisa, uma vez que dados de mídia social são uma nova forma de evidência (ACKER; KRIESBERG, 2017).

A exemplo dos EUA, pronunciamentos, discursos, comunicados de imprensa, proclamações presidenciais, que moldam o curso da história desde 1789, compõe coleções de documentos em diversos formatos e suportes em acervos de arquivos e bibliotecas, contém registros detalhados para auxiliar os pesquisadores na localização de informações relacionadas a presidentes, comunicação política e crítica retórica, e que permitem ter novas perspectivas sobre eventos, analisar fatos e contextos com maior clareza.

Assim, é urgente a necessidade de pensar sobre as responsabilidades de gestão dos registros e arquivamento das atividades institucionais governamentais e suas interações nas mídias sociais, como fonte primária e, sobretudo em controles de segurança para garantir que a informação seja resistente à adulteração, a fim de preservar a precisão e manter a confidencialidade, garantindo que a informação ou o serviço esteja disponível como previsto pelo governo como esperado pelos usuários (BERTOT, JAEGER, HANSEN, 2012, p.33).

As técnicas contemporâneas de arquivamento da web se concentram em extrair texto de páginas da web. No entanto, essas técnicas frequentemente negligenciam preocupações apresentadas pelos arquivistas digitais em preservar as camadas de contexto nessas plataformas de rede. Os arquivistas digitais estão bem cientes dos registros de influência de longo prazo e dos sistemas de informação que os mantêm e a capacidade das gerações futuras de acessar esse patrimônio documental. Mas ainda reside muitas dúvidas de como proceder na prática, questões acerca de protocolos de registro e armazenamento destas informações consideradas orgânicas: O que documentar? As publicações de comunicações e informações institucionais devem ser documentadas acompanhadas dos comentários e interações sociais? De que forma documentar, considerando a heterogeneidade de dados/informações/convergência de mídias?

A reflexão e a resposta a estas questões deve incorporar a análise e a discussão de casos em que governos estejam desenvolvendo e implementando ações de gestão e preservação de conjuntos documentais originários das plataformas de mídias sociais.

5 POLITICAS ARQUIVISTICAS DOS NOVOS DOCUMENTOS

Pensando na memória institucional e em preservar para as gerações futuras, países como os EUA e a Austrália, desenvolveram políticas arquivísticas em mídias sociais governamentais. Em ambos os casos, o Arquivo Nacional tem papel estratégico, nos EUA, o *National Archival and Records Administration* (NARA) e na Austrália, o *National Archives of Australia* (NAA).

5.1 CASO DOS EUA

A *Presidential Records Act* (PRA) foi a lei que moldou a política arquivística dos documentos oficiais da Presidência e da Vice-Presidência nos EUA, criados após 20 de janeiro de 1981, regulamentando e definindo os documentos presidenciais:

[...] O termo "**documentos presidenciais**" **significa** material documental, ou qualquer parte razoavelmente segregável, criado ou recebido pelo presidente, pela equipe imediata do presidente ou por uma unidade ou indivíduo do escritório executivo do presidente cuja função seja assessorar ou auxiliar o Presidente no exercício de atividades relacionadas ou que tenham efeito sobre o cumprimento das obrigações constitucionais, estatutárias ou outras funções oficiais ou cerimoniais do Presidente. Tal termo:

(A) **inclui qualquer material documental** relacionado às atividades políticas do Presidente ou membros da equipe do Presidente, mas apenas se tais atividades se relacionarem ou tiverem um efeito direto sobre o cumprimento de deveres constitucionais, estatutários ou outros deveres oficiais ou cerimoniais do presidente; mas

(B) **não inclui nenhum material documental que seja** (i) documentos oficiais de uma agência [...]; (ii) documentos pessoais; (iii) estoques de publicações e artigos de papelaria ou (iv) cópias extras de documentos produzidos apenas para conveniência da referência, quando tais cópias forem claramente identificadas. (PRA, 1978, destaque e tradução das autoras)

A PRA estabelece regras estritas para documentos presidenciais criados durante o mandato de um presidente, que incluem material relacionado a “deveres constitucionais, estatutários ou outros deveres oficiais ou cerimoniais do Presidente”.

As interpretações dos artigos da PRA conduzem ao entendimento de que registros criados em plataformas eletrônicas pelo presidente durante seu mandato como e-mail, Facebook, Twitter e YouTube, são considerados documentos presidenciais e, portanto, ficam sujeitos à lei.

Foi o presidente Barack H. Obama quem, em 2008, inaugurou o uso das mídias sociais nas estratégias de financiamento de campanha e na mobilização de eleitores, enquanto candidato à presidência em sua conta pessoal no Twitter @BarackObama. Após eleito, incorporou a mídia social em suas atividades presidenciais de maneira inédita, por meio da conta oficial da Casa Branca @POTUS (BIMBER, 2014).

A fim de cumprir as exigências legais da PRA, e com a preocupação em fornecer acesso aos conteúdos de mídia social gerado a partir do governo Obama na Casa Branca, o escritório de Estratégia Digital da Casa Branca criou uma infraestrutura digital, com contas em mídias sociais não apenas para o atual presidente, mas para todos os presidentes eleitos e, segundo Schulman (2016), esse arquivo pertence ao povo americano.

Depois que Barack Obama deixou o cargo em 2017, todo conteúdo de sua administração na conta @POTUS foram arquivados em uma nova conta, @ POTUS44, e os tweets do vice-presidente Biden de @VP foram movidos para @ VP44, incluindo o perfil da primeira-dama Michele Obama, @michelleobama. Estes arquivos contêm conteúdo original do Tweet, retuítés do usuário, IDs de tweet, URLs de tweet, hora de publicação e local e os respectivos *feeds sociais*, como são frequentemente chamados os fluxos de atividades. Todo o material publicado nas mídias sociais fazem parte da história digital da 44ª administração presidencial³ e estão sendo administradas pelo NARA (NARA, 2017).

Obama foi o presidente americano que inaugurou o uso das mídias sociais em 2008 (ACKER; KRIESBERG, 2017), mas foi Donald Trump, a partir de 2016, quem apresentou alto volume de publicações no Twitter para fazer comentários públicos, ascendendo grandes desafios para os especialistas em documentação. Os primeiros

³ O arquivo de dados de mídia social da Casa Branca de Obama é de domínio público e estão disponíveis em:
<https://archive.org/details/ObamaWhiteHouseSocialMediaArchive>

tweets de Trump como presidente incluíram trechos de seu discurso de posse, simples agradecimentos aos apoiadores e um pequeno clipe da dança *Freedom Ball* que ele compartilhou com sua esposa. A partir daí, Trump construiu uma marca com um estilo comunicativo baseado no uso frequente do Twitter para promover a si mesmo, falar sobre política, atacar opositores e disseminar sua ideologia, por vezes criando informações errôneas e desinformação (*fake news*) que se adequem ao seu propósito (McMURRY, 2019).

Especialistas em comunicação apontam que o presidente Trump desenvolveu um novo estilo de comunicação direta, não mediada por conselheiros, e com observações improvisadas (traço de sua personalidade de empresário de *reality show*), ignorando as atribuições de interlocutores institucionais, como do Secretário de Imprensa da Casa Branca, e estabeleceu uma conexão com o público que o elegeu, fazendo com que, a partir de então, fontes confiáveis de mídia (como o canal de notícias CNN, os jornais *The New York Times* e o *The Washington Post*) fossem vistas como partidárias e suspeitas (KRUGMAN, 2017; McMURRY, 2019; OTT, 2017; ROSS, RIVERS, 2018).

O jornal americano *The New York Times* publicou uma matéria em que foram analisados todos os *tweets* e *retweetes* enviados pelo presidente Trump desde sua posse em 20 de janeiro de 2017 a 15 de outubro de 2019, incluindo aqueles com e sem comentário. Esta análise apurou que somente durante o mês de outubro de 2019, Trump *twittou* mais de 1.000 vezes, enquanto o inquérito de impeachment estava em andamento (McINTIRE; YOURISH; BUCHANAN, 2019).

Segundo Jensen (2017), o Twitter permite uma maior autonomia forma de comunicação. No entanto, junto à liberdade e ao hábito de twittar inaugurado pelos presidentes americanos, vem uma série de preocupações do campo arquivístico para diminuir o risco cultural e cívico desses registros digitais serem deixados de fora da narrativa histórica.

Segundo COMMISSO (2017), a preocupação de muitas profissões ligadas à informação é combater notícias falsas por meio da educação para a mídia, e o que as diferencia da atividade arquivística, que se preocupa em identificar e em como preservar as notícias falsas produzidas no âmbito das organizações, garantindo sua identificação a partir de informações contextuais suficiente para ajudar futuros

pesquisadores a também identificá-las e interpretá-las. Embora as notícias falsas não sejam um fenômeno novo, a autora sugere ser necessário repensar as práticas tradicionais de arquivamento ao desenvolver repositórios de notícias falsas em seus arquivos, em razão do grande volume e da facilidade com que pode ser acessado e distribuído online (COMMISSO, 2017).

Além de poder utilizar a conta oficial da presidência dos EUA, Trump mantém ativa e em uso sua conta pessoal. Atualmente, @POTUS tem 32,8 milhões de seguidores no Twitter, enquanto a conta pessoal @realDonaldTrump possui 88,9 milhões. Isso fez com especialistas ficassem divididos a respeito da natureza dos *tweets* de Trump, se deviam ser categorizados como documentos presidenciais ou pessoais. A orientação oficial dada pelo NARA (*Guidance on Presidential Records*)⁴, é que a Casa Branca deve tratar como documentos presidenciais: capturar e preservar todos os *tweets* que o Presidente postar no decurso de suas funções oficiais, incluindo aqueles que são posteriormente excluídos. Em nota, a Casa Branca garantiu ao NARA que manterá todos os *tweets* do presidente Donald Trump, incluindo suas reflexões no *Twitter* que contêm erros de ortografia e as que ele excluiu (FERRIERO, 2017).

No exercício de controle das atividades afirmativas do presidente, a Comissão Interna de Segurança e Assuntos Governamentais do Congresso, representada pelos Senadores Claire McCaskill e Tom Carper⁵, também expressou suas preocupações a respeito das acusações. Em resposta, o atual Arquivista, David S. Ferriero, confirmou a informação de que os *tweets* de Trump estão sendo preservados para a posteridade, cumprindo a responsabilidade pela transparência, para que as gerações futuras possam se deleitar com o uso peculiar e sem precedentes do presidente do *Twitter* como forma de arte e ferramenta de governo (NARA, 2017).

Ao lado da tarefa de preservar informações essenciais que ajudarão as gerações futuras a entender e lembrar o passado, os arquivistas valorizam a autenticidade, precisão e responsabilidade social. Preocupações com a verdade e a confiabilidade em comunicações presidenciais em mídias sociais (como documento contemporâneo), ante

⁴ Disponível em: <https://www.archives.gov/files/presidential-records-guidance.pdf>

⁵ Disponível em: <https://www.archives.gov/files/press/press-releases/aotus-to-sens-mccaskill-carper.pdf>

lacunas, omissões e distorções de fatos da realidade, a exclusão ou apagamento de arquivos como evidência de decisões e ações, para fins de responsabilidade ou memória, tornam a atividade do arquivista mais complexa. As estratégias documentais para tratamento das postagens presidenciais em mídias sociais ainda estão sendo construídas, à medida em que surgem os desafios.

5.2 CASO AUSTRÁLIA

Austrália, país oficialmente denominado Comunidade da Austrália (*Commonwealth of Australia*), é uma Monarquia Constitucional Parlamentarista, pertencente à Comunidade das Nações Britânicas. Apesar de possuírem o mesmo Chefe de Estado, a Monarca do Reino Unido, os países pertencentes à Comunidade do Reino Unido (ao todo são 16 reinos) são separados e independentes.

Diferentemente dos EUA e do Brasil, em que o Poder Executivo se concentra unicamente no presidente como chefe de estado e figura representativa do país, a Austrália é uma democracia parlamentarista. O Primeiro Ministro (PM) é nomeado⁶ pelo governador-geral para exercer essa função de chefe de governo e líder do governo federal. Considerando a decisão do recorte do estudo recair sobre as comunicações dos governantes dos países em mídias sociais, será este o objeto de estudo.

O Twitter foi estabelecido na Austrália em 2007 e rapidamente tornou-se um meio importante para notícias de última hora (BRUNS; HIGHFIELD, 2013). Segundo Kousser (2019), a adoção do Twitter por políticos australianos se tornou generalizada na última meia década e foi estudada por Grant, Moon e Grant (2010), Bruns e Highfield (2013) e Bruns e Moon (2018). Outros estudos envolvendo o uso mídia social e política australianas foram realizadas por De Kastela, McGarty e Musgrove (2009), Missingham et al (2010), Highfiel e Bruns (2016). Análises realizadas pelos autores revelam que na Austrália, 90% dos 226 políticos federais usam o Twitter. Seguindo

⁶ O primeiro-ministro é o chefe do governo australiano. Ele ou ela alcança essa posição sendo o líder do partido, ou coalizão, com a maioria dos assentos na Câmara dos Representantes. O cargo de primeiro-ministro não é mencionado na Constituição australiana, mas é derivado de uma convenção constitucional. O primeiro-ministro é formalmente nomeado pelo governador-geral (NAA, 2020)

esta tendência, em julho 2010, Kevin Rudd, foi o pioneiro dentre os primeiros ministros australianos a adotar o Twitter.

Em geral, o Departamento do Primeiro Ministro e Gabinete (PM&C) usa a mídia social para compartilhar informações, interagir com as partes interessadas e promover os resultados de políticas e programas e oferece suporte para o uso da ferramenta para garantir que as informações comunicadas permaneçam relevantes e de interesse dos destinatários. As principais contas institucionais adotadas e gerenciadas pelo PM&C no Twitter levam a extensão @pmc_gov_au. Já o perfil pessoal do PM no Twitter, leva a sigla PM ou MP seguindo o respectivo nome a fim de indicar o exercício do cargo (@KevinRuddPM; @ScottMorrisonMP).

Os *tweets* do PM e do PM&C fornecem informações implícitas sobre como os PMs lideram e como desenvolvem seu trabalho, são usados para construir um relacionamento e criar vínculos diretos e personalizados com os seguidores. O conteúdo produzido com as interações dos seguidores (reações e expectativas) podem ser avaliados, conforme mostra o estudo que examina a comunicação do PM australiano Malcolm Turnbull (2015–2018) no Twitter (FULLER; JOLLY; FISCHER 2018).

Assim como o NARA, o NAA preside a Política Arquivística da Austrália, e tem como funções principais de promover a criação, gestão e preservação de documentos impressos e digitais autênticos, confiáveis e utilizáveis da *Commonwealth* e facilitar o acesso dos australianos aos documentos.

O NAA publicou em seu site a Norma de Gerenciamento de Informações para o Governo Australiano (*Information Management Standard*) em 2017. Este documento contém conceitos e princípios consistente com a norma ISO 15489, nas orientações para as agências governamentais sobre o gerenciando de documentos digitais produzidos em suas atividades institucionais, incluindo e-mail e outras correspondências, documentos, planilhas, sites, conjuntos de dados e mídias sociais (NAA, 2017). Assim, ficou definido que o conteúdo de mídia social gerado por agências governamentais deve ser mantido como arquivo do Estado, ou seja, é considerado um documento oficial.

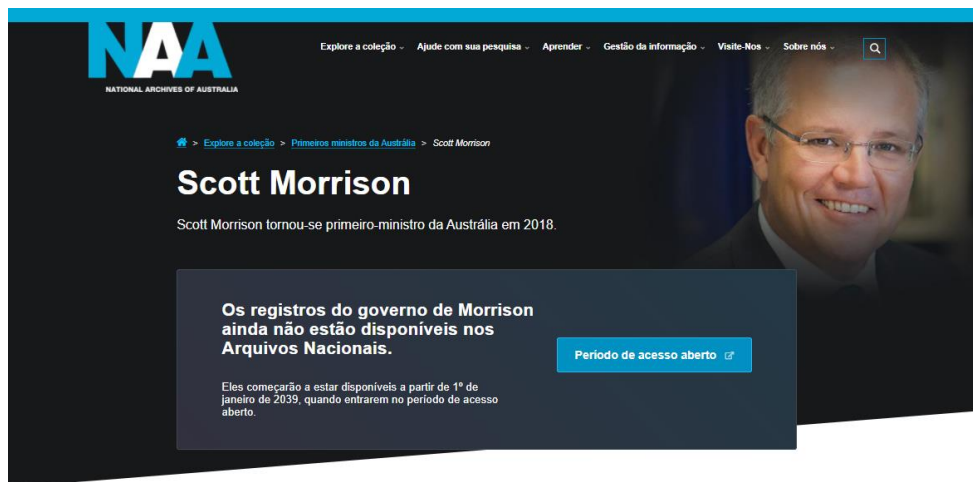
A *Information Management Standard* oferece uma direção estratégica, com uma base flexível e moldável importante para auxiliar o gerenciamento de documentos

digitais, incluindo o conteúdo de mídia social gerado por agências governamentais, pois não prevê soluções únicas ou determinadas para a manutenção de registros nas mídias sociais. Tem uma lista com orientações acerca do que deve ser capturado e como proceder; a escolha dependerá do volume de registros e da situação específica. Devido ao alto custo, recursos humanos especializados e riscos para tratar grande volume de informações, não existem impedimentos para que os serviços de arquivamento dessas comunicações sejam realizados por uma empresa especializada (terceirizada). No caso de postagens em mídias sociais, a norma indica duas opções: fazer o download diretamente da plataforma ou usar software de terceiros (NAA, 2017).

De acordo com as orientações descritas na *Information Management Standard*, cabe ao Departamento do Primeiro Ministro e Gabinete (PM&C) gerenciar e monitorar suas próprias contas e postagens. No site do NAA é possível acessar a coleção que contém documentos oficiais como PM e membro do parlamento, bem como documentos pessoais. É apresentada uma galeria com fotos de todos os PMs australianos, sendo cada um com link de acesso ao conteúdo completo, com informações mais detalhadas sobre cada um deles, incluindo sua biografia e uma linha do tempo com atuações e fatos marcantes na história nacional da Austrália.

Está disponível à pesquisa, uma coleção sobre a vida e a época de PMs australianos que foram digitalizados e disponibilizados no site, datando do início dos anos 1940. Entretanto, o NAA adverte sobre a possibilidade de alguns documentos dos deveres oficiais de PMs ainda não estarem disponíveis ao público, em razão de restrições legais impostas pela *Archives Act* de 1983. Os documentos finais do governo de John Howard (1996-2007) estarão disponíveis a partir de 1º de janeiro de 2028 e no caso do atual PM Scott Morrison (2018-...), estarão disponíveis a partir de 2039, conforme Figura 1 abaixo:

Figura 1: Captura de tela do site do NAA



Fonte: Australian Prime Minister (NAA, 2020)

Esses documentos oferecidos pelo NAA são complementados por *links* de acesso a outras instituições, como outra fonte de pesquisa para acessar documentos relativos aos PMs. Um exemplo é o site do Primeiro-Ministro da Austrália, desenvolvido e administrado pelo Museu da Democracia Australiana no Antigo Parlamento, em colaboração com a Rede de Agências de Pesquisa e Coleta do Primeiro Ministro.

O site do Primeiro-Ministro da Austrália⁷ apresenta uma relação atualizada de todos os PMs australianos com o nome, partido e tempo de exercício no cargo, oferecendo informações mais detalhadas sobre cada um deles, incluindo sua biografia e atuação em fatos marcantes na história nacional da Austrália, acompanhada de um conjunto de documentos, como áudios com transcrição de discursos, vídeos e outros itens. Também disponibiliza para pesquisa uma coleção colaborativa e crescente de mais de 45.000 itens relacionados aos PMs, mantidos por bibliotecas e arquivos, museus, universidades, centros e comunidades em toda a Austrália.

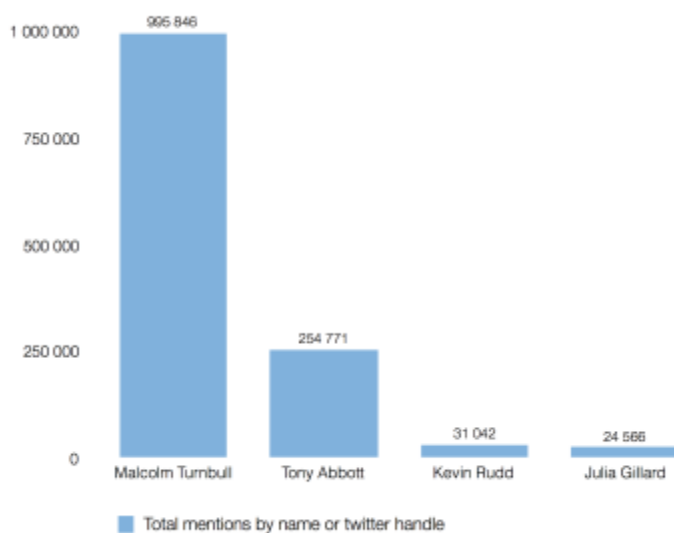
Pelo fato de o Twitter constituir uma nova forma de artefato documentário, o Museu da Democracia Australiana promoveu a coleta de uma grande quantidade de dados de interações sociais no Twitter dos PMs. Entre o período de 8 de dezembro de 2015 a 22 de maio de 2016, o NAA rastreou *tweets* públicos que mencionam PMs atuais

⁷ Disponível em no site do NAA: <https://primeministers.moadoph.gov.au/prime-ministers>

e recentes (Kevin Rudd, Julia Gillard, Tony Abbat e Malcom Turnbull). Em apenas 100 dias foram coletados mais de 7 milhões de *tweets*, sendo que somente 5 milhões de *tweets* foram analisados. Para que se tenha uma ideia do volume documental, essa quantidade de informações digitais coletada preencheria 100.000 páginas de papel A4, formando uma pilha de 10 metros de altura, pesando quase meia tonelada (APM, 2016).

Os resultados mostram que o PM Malcon Turnbull, recém ingressante no cargo em 2015, quando a pesquisa foi realizada, apresentou significativamente mais *tweets* dirigidos ou escritos sobre ele do que os PMs nos exercícios anteriores, podendo-se inferir o aumento da popularidade do uso do Twitter, conforme Figura 2 abaixo:

Figura 2: Captura de tela do site do Primeiro-Ministro da Austrália



Fonte: Australian Prime Minister (2016)

Durante as eleições federais da Austrália, em 2013, foram detectados um grande número de máquinas/robôs que imitavam seguidores falsos/não genuínos para produzir mensagens individuais automatizadas de apoio aos dois principais líderes do partido disputando o cargo de PM - @KRuddMP e @TonyAbbottMHR (COOK, 2014). Segundo Cook (2014), o volume de *tweets* criados desta forma é considerado uma fraude, uma vez que altera o equilíbrio geral do tráfego do Twitter e pode influenciar os resultados das eleições.

Em virtude disso, Cook (2014) afirma que a autenticação de identidade nas mídias sociais é fundamental para a noção de confiabilidade da informação. Por serem fictícios o número de seguidores, as reações/interações com *likes*, *unlikes* e *retweets* feitos de forma automatizada, estes dados não são confiáveis para medir o impacto e a influência das questões políticas e de seu discurso *online*. O uso desses impulsionadores de conteúdo subverte a realidade e também impacta no campo arquivístico, na gestão da informação e na gestão documental, mas este é tema ainda a ser desenvolvido pela área.

CONCLUSÃO

A retórica presidencial, proferida em atos oficiais ou expressa de maneira informal na vigência do mandato da presidência e no exercício regular desse cargo, tem poder de inspirar, tranquilizar ou alarmar e aterrorizar, influenciar positiva ou negativamente a sociedade civil, a agenda política interna e externa do país. Além de um dever previsto em países democráticos, a comunicação presidencial apresenta-se como fundamental no exercício do poder presidencial. Em razão de sua importância, meios tradicionais de comunicação de massa (rádio, televisão, jornais impressos) foram usados pelo Estado como emissores de informação de interesse público como estratégia para alcançar a maior parcela possível da população.

No entanto, com o advento das tecnologias da informação e comunicação, em especial a internet, as mídias de transmissão passaram a dividir espaço com as mídias sociais interativas e essa comunicação governamental foi sendo adaptada e realizada nesses novos meios de comunicação. Em especial, a retórica presidencial vem sendo adaptada para formatos menos formais, em maior volume, com postagens diárias realizadas em plataformas de mídias sociais como o Twitter.

Como órgãos de preservação, Arquivos e Bibliotecas Presidenciais reúnem documentos de diferentes gêneros (textuais, iconográficos, sonoros, audiovisuais) relativos à comunicação pública oficial do chefe da nação para com seus cidadãos, organismos e entidades nacionais e internacionais.

No entanto, existe uma lacuna a respeito do processo de documentação e arquivamento das informações registradas nas plataformas de mídias sociais, sob a abordagem arquivística. Países como os EUA e a Austrália têm enfrentado os desafios

de arquivamento destes novos tipos documentais, elaborando políticas, diretrizes e normas para arquivamento do conteúdo de mídias sociais governamentais, incluídas as comunicações realizadas pelo presidente da nação e o primeiro ministro. Estes dois países têm em comum o papel de seus Arquivos Nacionais na gestão dos documentos digitais do governo, a criação de subsídios para o desenvolvimento de programas de arquivamento de conteúdo governamental nas mídias sociais e para o enfrentamento dos desafios que oferecem este tipo documental, à medida em que surgem.

Poucas investigações exploraram a gestão de documentos relativa às mensagens e comunicações presidenciais em mídias sociais, sob a perspectiva da Arquivologia. No Brasil, ainda não há forma desenvolvidos mecanismos de arquivamento destes documentos. Primeiro, pela dificuldade ainda de serem vistos como documentos arquivísticos, como fonte primária de informação que são, e como prova da atividade institucional. A segunda dificuldade está relacionada ao seu gerenciamento, pois, de acordo com a finalidade para a qual esses documentos foram criados e posteriormente utilizados, não deveriam ser gerenciados de forma diferente por estarem em formato e ambiente diverso do ambiente tradicional, ou dissociados do organismo produtor.

A falta de uma política de salvaguarda desses conteúdos no Brasil alerta para as consequências que a perda de informações pode acarretar para a memória sobre a atuação do presidente da nação e dos chefes de governo, especialmente considerando as mudanças pelas quais as estratégias de comunicação presidencial e a produção de documentos relativos a essas estratégias têm passado em períodos bastante recentes.

Dessa forma, sem a pretensão de que seja um estudo global sobre o assunto, a presente pesquisa propõe uma reflexão sobre a necessidade de arquivamento deste tipo de comunicação governamental da presidência da República e dos chefes de governo, e de desenvolvimento de políticas arquivísticas e estratégias para enfrentar os desafios que esse novo tipo documental oferece.

REFERÊNCIAS

- ACKER, Amelia; KRIESBERG, Adam. Tweets may be archived: civic engagement, digital preservation and Obama White House social media data. **Proceedings of the Association for Information Science and Technology**, EUA, v. 54, n. 1, p. 1-9, 2017. Disponível em: <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/pr2.2017.14505401001>. Acesso em: 30 out. 2020.
- AUSTRALIAN PRIME MINISTER. Topics. **Five Million Tweets Politics and social media**. 2016. Disponível em: <https://primeministers.moadoph.gov.au/topics/five-million-tweets>. Acesso em: 30 out. 2020.
- BECKER, Samuel L. Presidential power: The influence of broadcasting. **Quarterly Journal of Speech**, EUA, v. 47, n. 1, p. 10-18, 1961. DOI: 10.1080/00335636109382451. Disponível em: <https://nca.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00335636109382451?journalCode=rqjs20>. Acesso em: 30 out. 2020.
- BIMBER, Bruce. Digital media in the Obama campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the personalized political communication environment. **Journal of information technology & politics**, EUA, v. 11, n. 2, p. 130-150, 2014. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19331681.2014.895691?src=recsys&journalCode=witp20>. Acesso em: 15 nov. 2020.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito et al. Conceito de comunicação pública. **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, p. 01-33, 2007.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Casa Civil; Presidência da República, 1988. Disponível em: <<http://bit.ly/1dFiRrW>>. Acesso em: 15 nov. 2020.
- _____. **Lei nº 6.650, de 23 de maio de 1979**. Dispõe sobre a criação, na Presidência da República, da Secretaria de Comunicação Social, altera dispositivos do Decreto-lei nº 200, de 25 de fevereiro de 1967, e dá outras providências. Disponível em: <https://bitly.com/bV392>. Acesso em: 05 nov. 2020.
- _____. **Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social**. Pesquisa de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014.
- BROWNELL, Kathryn Cramer. **The Making of the Celebrity Presidency**. In *Recapturing the Oval Office: New Historical Approaches to the American Presidency*, ed. Brian Balogh and Bruce J. Schulman. Ithaca: Cornell University Press, p. 162–

174, 2015. Disponível em: <https://muse.jhu.edu/book/48654>. Acesso em: 05 jan. 2021.

BRUNS, Axel; HIGHFIELD, Tim. Political networks on Twitter: Tweeting the Queensland state election. **Information, Communication & Society**, Reino Unido, v. 16, n. 5, p. 667-691, 2013. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2013.782328>. Acesso em: 24 nov. 2020.

BRUNS, Axel; MOON, Brenda. Social media in Australian federal elections: Comparing the 2013 and 2016 campaigns. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, EUA, v. 95, n. 2, p. 425-448, 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1077699018766505>. Acesso em: 24 nov. 2020.

COHEN, Jeffrey E. Presidential rhetoric and the public agenda. **American Journal of Political Science**, EUA, p. 87-107, 1995. DOI: 10.2307/2111759. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2111759?seq=1>. Acesso em: 03 dez. 2020.

_____. **The presidency in the era of 24-hour news**. Princeton University Press, 2008. Disponível em: <https://www.degruyter.com/princetonup/view/title/511973>. Acesso em: 12 nov. 2020.

COMMISSO, Corrie. The post-truth archive: Considerations for archiving context in fake news repositories. **Preservation, Digital Technology & Culture**, Alemanha, v. 46, n. 3, p. 99-102, 2017. Disponível em: <https://www.degruyter.com/view/journals/pdct/46/3/article-p99.xml>. Acesso em: 12 jan. 2021.

COOK, David M. et al. Twitter deception and influence: Issues of identity, slacktivism, and puppetry. **Journal of Information Warfare**, EUA, v. 13, n. 1, p. 58-71, 2014. Disponível em: https://www.academia.edu/download/36425706/Twitter_Deception_and_Influence_Issues_of_Identity_Slacktivism_and_Puppetry.pdf. Acesso em: 12 nov. 2020.

DE CASTELLA, Krista; MCGARTY, Craig; MUSGROVE, Luke. Fear appeals in political rhetoric about terrorism: An analysis of speeches by Australian Prime Minister Howard. **Political Psychology**, EUA, v. 30, n. 1, p. 1-26, 2009. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9221.2008.00678.x>

DOUGLAS, Susan J. **Presidents and the Media**. In *Recapturing the Oval Office: New Historical Approaches to the American Presidency*, ed. Brian Balogh and Bruce J. Schulman. (Ithaca: Cornell University Press, 2015), 143-161. Disponível em: Acesso em: 15 nov. 2020.

FERRIERO, David. S. NARA's Role under the Presidential Records Act and the Federal Records Act. **Prologue Magazine**, EUA, Summer 2017, Vol. 49, n. 2. Disponível em: <https://www.archives.gov/publications/prologue/2017/summer/archivist-pra-fra>. Acesso em: 15 nov. 2020.

FULLER, Glen; JOLLY, Angus; FISHER, Caroline. Malcolm Turnbull's conversational career on Twitter: the case of the Australian Prime Minister and the NBN. **Media International Australia**, Austrália, v. 167, n. 1, p. 88-104, 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1329878X18766081>

GRANT, Will J.; MOON, Brenda; BUSBY GRANT, Janie. Digital dialogue? Australian politicians' use of the social network tool Twitter. **Australian Journal of Political Science**, Reino Unido, v. 45, n. 4, p. 579-604, 2010. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10361146.2010.517176>. Acesso em: 15 nov. 2020.

HASWANI, Mariângela Furlan. Comunicação Governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira. **Organicom**, Brasil, v. 3, n. 4, p. 24-39, 2006. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2006.138909. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138909>. Acesso em: 08 dez. 2020.

HIGHFIELD, Tim; BRUNS, Axel. **Compulsory voting, Encouraged tweeting? Australian elections and social media**. The Routledge companion to social media and politics, p. 338-350, 2016. Disponível em: <https://eprints.qut.edu.au/91812>. Acesso em: 25 nov. 2020.

KOUSSER, Thad. Tweet style: campaigning, governing, and social media in Australia. **Australian Journal of Political Science**, Reino Unido, v. 54, n. 2, p. 183-201, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10361146.2019.1568966>. Acesso em: 24 nov. 2020.

LUZ, Ana Javes Andrade; WEBER, Maria Helena. A memória política do Brasil no site da presidência: acesso e desvios da Comunicação dos governos de Dilma Rousseff e Michel Temer. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, 2019. Disponível em: <http://www.revista.ibict.br/liinc/view/4571>. Acesso em: 15 nov. 2020.

MISSINGHAM, Roxanne et al. The Australian parliament in the Twitterverse. **Australasian Parliamentary Review**, Austrália, v. 25, n. 1, p. 3, 2010. Disponível em: <https://search.informit.com.au/documentSummary;dn=201213964;res=IELAPA;type=pdf>. Acesso em: 24 nov. 2020.

NATIONAL ARCHIVES OF AUSTRALIA. **Australia Prime Minister**. 2020. Disponível em: <https://www.naa.gov.au/explore-collection/australias-prime-ministers/scott-morrison>

_____. **Information Management Standards**. 2017. Disponível em: <https://www.naa.gov.au/information-management/information-management-standards>

NATIONAL ARCHIVES AND RECORDS ADMINISTRATION (NARA). **Archived White House Websites and Social Media**. 2017. Disponível em:

<https://www.obamalibrary.gov/research/archived-white-house-websites-and-social-media>. Acesso em: 24 nov. 2020.

_____. Records Management Regulations, Policy, and Guidance. **Guidance on Managing Web Records**. 2005. Disponível em: <https://www.archives.gov/records-mgmt/policy/managing-web-records.html>

_____. **National Archives Responds to Senate Questions About White House Recordkeeping**. 2017. Disponível em: <https://www.archives.gov/press/press-releases/2017/nr-43>. Acesso em: 24 nov. 2020.

_____. Presidential Libraries and Museums. Laws and Regulations. **Presidential Records Act (PRA) of 1978**. 2018. Disponível em: <https://www.archives.gov/presidential-libraries/laws/1978-act.html>. Acesso em: 24 nov. 2020.

SCACCO, Joshua M.; COE, Kevin. The ubiquitous presidency: Toward a new paradigm for studying presidential communication. **International Journal of Communication**, EUA, v. 10, p. 24, 2016. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4516>. Acesso em: 19 nov. 2020.

SCHULMAN, K. **The digital transition: How the presidential transition works in the social media age**. Obama White House, 31, October, 2016. Disponível em: <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2016/10/31/digital-transition-how-presidential-transition-works-social-media-age>. Acesso em: 19 nov. 2020.

SOBACI, Mehmet Zahid. **Social media and local governments: An overview**. In: Social media and local governments. Springer, Cham, 2016. p. 3-21. Disponível em: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-17722-9_1. Acesso em: 15 nov. 2020.

SONG, Changsoo; LEE, Jooho. Citizens' use of social media in government, perceived transparency, and trust in government. **Public Performance & Management Review**, EUA, v. 39, n. 2, p. 430-453, 2016. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15309576.2015.1108798>. Acesso em: 21 nov. 2020.

VAN DER GRAAF, Shenja. **Social media**. The international encyclopedia of digital communication and society, p. 1-14, 2015. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781118767771.wbiedcs087#reference>. Acesso em: 15 jan. 2020.

VITORIANO, M. C. de C. P. Uma aproximação entre Arquivologia e Ciência da Informação: O Uso dos conceitos de informação orgânica e informação arquivística. **Brazilian Journal of Information Science: Research Trends**, vol. 11, nº 4,

dezembro de 2017, doi:10.36311/1981-1640.2017.v11n4.09.p57. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/7509>. Acesso em: 15 nov. 2020.

TULIS, Jeffrey K. **The Rhetorical Presidency: New Edition**. Princeton University Press, 2017. DOI: 10.1515/9781400888368. Disponível em: https://www.degruyter.com/princetonup/view/title/542158?tab_body=overview. Acesso em: 15 nov. 2020.

WEBER, Maria Helena. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, Margarida (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.