

Camaçari além do polo petroquímico: a Cidade do Saber como estratégia de Comunicação Institucional¹

Zilda Fátima da Silva Paim²

Paulo Vítor Santos Silva³

Universidade do Estado da Bahia, Salvador, BA

RESUMO

Esse estudo analisa como a Cidade do Saber contribui para a reconfiguração da imagem do município de Camaçari, constantemente associado ao polo petroquímico. A pesquisa, de abordagem exploratória e qualitativa, evidencia como a comunicação institucional desempenha um papel estratégico na valorização de outras facetas da cidade, como educação, cultura, inovação e inclusão. A partir da análise da comunicação institucional da Cidade do Saber, observa-se um esforço na tentativa do reposicionamento simbólico da cidade, para uma imagem mais humana e plural. O trabalho também aponta os desafios, como a descontinuidade de políticas públicas e a necessidade maior da presença digital. A experiência analisada amplia a discussão sobre o uso da comunicação institucional nas cidades industriais.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Institucional; Identidades urbanas; Cidade Industrial; Reposicionamento de Imagem; Cidade do Saber.

CORPO DO TEXTO

Camaçari, cidade localizada na Região Metropolitana de Salvador (RMS), com 300.372 habitantes, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022) é a quarta cidade mais populosa da Bahia e amplamente reconhecida por abrigar um dos maiores polos petroquímicos do Hemisfério Sul, sendo responsável por mais de 20% do PIB industrial do Estado da Bahia, gerando milhares de empregos diretos e indiretos. Essa identidade industrial moldou, por décadas, a percepção do município tanto para os seus habitantes quanto para os públicos externos, consolidando uma visão majoritariamente atrelada ao setor produtivo.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos em Relações Públicas e Comunicação organizacional, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Professora orientadora do curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: zpaim@uneb.br

³ Graduando do 2º semestre do curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: vitorzjf@gmail.com

Embora Camaçari seja amplamente reconhecida por sua função industrial, algumas iniciativas, a partir da perspectiva da comunicação, buscam ampliar a imagem da cidade, valorizando outras dimensões do território. Neste contexto, a Cidade do Saber emerge como uma política pública estratégica, que articula educação, cultura e inclusão social, reposicionando simbolicamente o município. Assim, o presente estudo tem como objetivo analisar de que forma a Cidade do Saber atua como ferramenta de comunicação institucional na construção de uma nova narrativa identitária para Camaçari — mais plural, humana e desvinculada exclusivamente do polo petroquímico.

A relevância da investigação está na possibilidade de compreender como a comunicação pública pode operar não apenas na divulgação de ações, mas na ressignificação simbólica do espaço urbano, contribuindo para o fortalecimento de vínculos sociais e do sentimento de pertencimento da população. A comunicação institucional está para além da transmissão da informação, configurando-se como uma prática estratégica essencial para o fortalecimento da cultura organizacional e para a construção de uma imagem coerente e positiva diante dos públicos de interesse, na medida em que auxilia no processo de alinhamento entre valores organizacionais e suas práticas e discursos, promovendo transparência, confiança e engajamento. Segundo Kunsch,

a comunicação organizacional, em suas múltiplas dimensões, especialmente a comunicação institucional, assume papel estratégico no processo de construção da imagem e da reputação organizacional, sendo fundamental para a interação, o relacionamento e a aceitação social das organizações (2016, p. 118)

A identidade urbana é um processo simbólico e dinâmico, resultante das interações entre o ambiente físico, as práticas sociais e os movimentos culturais que se entrelaçam na continuidade do desenvolvimento. Para além da dimensão econômica da cidade de Camaçari, que se mostra de grande relevância para o Nordeste, a sua imagem também é construída a partir do afeto e das relações subjetivas que os indivíduos estabelecem com a cidade.

Nesse sentido, como aponta Milton Santos (2019, p. 14), "a cidade, enquanto expressão espacial da sociedade, é o lugar em que se materializam tanto as heranças históricas quanto as novas práticas sociais." Assim, a cidade é compreendida como um organismo vivo, que carrega as marcas do seu passado, as transformações do presente e as trajetórias que atravessam a contemporaneidade. Essas trajetórias podem ou não dar continuidade aos padrões instituídos, ou ainda propor novas perspectivas e ideias inovadoras.

Inaugurada em 2007, a Cidade do Saber é um complexo voltado à formação educacional e sociocultural, que articula atividades esportivas, artísticas e acadêmicas com parcerias estratégicas. Em seus 22 mil m², abriga estruturas como teatro, museu, biblioteca, conservatório, piscina, quadras, salas de aula e o campus da UFBA em Camaçari. O espaço oferece aulas de idiomas, oficinas tecnológicas, atividades culturais e está aberto à comunidade mediante agendamento.

A atuação da Cidade do Saber ressignifica Camaçari como um território dinâmico, marcado pela diversidade e pelo desenvolvimento humano. Ao articular ações que promovem cidadania e inclusão, o projeto fortalece não apenas a imagem externa da cidade, mas também os vínculos subjetivos de pertencimento dos cidadãos.

O presente estudo utiliza como procedimento metodológico a pesquisa qualitativa do tipo exploratória, utilizando análise documental e revisão bibliográfica, tendo como conceitos basilares a Comunicação Institucional (Kunsch, 2016) e a Identidade Urbana e Espacialidades (Santos, 2019). A análise envolve as narrativas produzidas pela Cidade do Saber, bem como o perfil do Instagram e registros públicos. No material serão analisados elementos que ancoram a perspectiva de uma nova imagem pública para Camaçari.

A análise concentra-se no perfil do Instagram da Cidade do Saber (@cidadedosabercamacari), onde se observam elementos que contribuem para a construção de uma nova percepção pública de Camaçari. A ausência completa de postagens recentes — sendo a última publicação datada de 11 de dezembro de 2016 — é um dado relevante, pois evidencia a descontinuidade nas estratégias de comunicação digital. Essa lacuna compromete não apenas a visibilidade das ações da Cidade do Saber, mas também sua capacidade simbólica de estabelecer diálogo com a população, especialmente os jovens, altamente conectados ao mundo digital.

Ainda assim, a análise das postagens realizadas no perfil da Cidade do Saber, no período de setembro a outubro de 2016, buscou identificar a frequência e regularidade das publicações, a presença de elementos identitários locais, o grau de interação com o público e as linguagens visual e verbal empregadas. Esses aspectos revelaram uma presença digital predominantemente passiva, marcada por postagens esporádicas, uso de uma linguagem institucional pouco adaptada ao público jovem e baixos níveis de engajamento nas interações.

Embora exista conteúdo voltado à divulgação de cursos e eventos, observa-se a ausência de uma estratégia comunicacional consistente, capaz de engajar a comunidade e reforçar o sentimento de pertencimento. A partir da observação do perfil no Instagram, percebe-se que, embora a rede social represente uma potência estratégica, ainda não está sendo plenamente utilizada como ferramenta de valorização simbólica do município.

A fragilidade da presença digital compromete a capacidade desse equipamento cultural de se consolidar como uma referência, tanto dentro quanto fora da cidade, evidenciando um ponto crítico na comunicação institucional da iniciativa. A divulgação contínua de cursos, oficinas culturais, programas de qualificação e eventos públicos é fundamental para que a comunicação institucional desempenhe um papel estratégico na transformação da imagem da cidade.

Apesar do abandono enfrentado por gestões anteriores – incluindo o fechamento da Cidade do Saber em 2017- que comprometeu sua continuidade, o projeto demanda o fortalecimento de estratégias de comunicação e gestão. Não basta comunicar ações. É preciso comunicar pertencimento. A ampliação da presença digital, a construção de narrativas plurais e o diálogo com públicos diversos são fundamentais para que a Cidade do Saber alcance maior impacto simbólico e social.

Dessa forma, a Cidade do Saber deixa de ser apenas reflexo de uma lógica industrial para afirmar-se como espaço de cidadania, cultura e desenvolvimento humano. Uma agenda comunicacional ativa, ancorada nas redes sociais e em parcerias locais, contribui para consolidar Camaçari como território de sonhos possíveis e de pertencimento.

Diante do exposto, este estudo reforça a importância de uma comunicação institucional planejada, alinhada a políticas públicas de impacto direto, oferecendo subsídios teóricos para refletir sobre a comunicação como ferramenta de gestão da imagem de cidades marcadas pela economia industrial.

A Cidade do Saber evidencia o potencial simbólico de equipamentos públicos na construção de novas narrativas urbanas e na ressignificação de cidades marcadas por estigmas sociais. Contudo, a ausência total de presença digital desde 2016, mesmo com a retomada de suas atividades, revela uma lacuna significativa nas estratégias de comunicação institucional.

Em um cenário de alta conectividade e consumo informacional via redes sociais, a inexistência de diálogo digital compromete a eficácia simbólica da iniciativa, especialmente no que diz respeito à aproximação com os públicos jovens e à consolidação de uma nova imagem para Camaçari.

Assim, a Cidade do Saber permanece como um espaço de grande valor simbólico, mas que, ao não comunicar sua existência, ações e transformações de forma estratégica, limita seu alcance e enfraquece sua potência como agente de reposicionamento urbano. Este estudo aponta, portanto, para a urgência de se repensar as práticas comunicacionais da gestão pública local, entendendo a comunicação digital não como assessoria, mas como elemento central da política pública contemporânea.

Dessa forma, o estudo endossa que a comunicação institucional, aliada a políticas públicas transformadoras, é essencial para a reconstrução simbólica de cidades com vocação industrial, abrindo caminhos para uma imagem urbana mais inclusiva, plural e voltada ao desenvolvimento humano.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Censo Demográfico 2022: Resultados. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: abril 2025.
- CAMAÇARI. Prefeitura Municipal. Cidade do Saber: Educação, Cultura e Inclusão Social. Disponível em: <https://www.camacari.ba.gov.br>. Acesso em: abril 2025.
- SANTOS, Milton. **A urbanização desigual: a especificidade do fenômeno urbano em países subdesenvolvidos**. 6. Ed. São Paulo: Edusp, 2019.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 7. ed. São Paulo: Summus, 2003
- DUARTE, Jorge. **Comunicação pública: estado, governo e cidadania**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- CAMAÇARI. Secretaria da Cultura. Cidade do Saber. Disponível em: https://secult.camacari.ba.gov.br/?page_id=532. Acessado em: abril 2025
- BAHIA. Secretaria do Planejamento. *Perfil Econômico dos Municípios Baianos – Camaçari*. Salvador: SEPLAN, 2022. Disponível em: <https://www.seplan.ba.gov.br>. Acesso em: maio 2025.
- IBGE. *Cidades e Estados – Camaçari (BA)*. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ba/camacari.html>. Acesso em: maio 2025.
- SEI – Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia. *Boletim Econômico Trimestral*. Salvador: SEI, 2023. Disponível em: <https://www.sei.ba.gov.br>. Acesso em: maio 2025.

- ATARDE. *Prefeitura de Camaçari vai reativar Cidade do Saber*. Salvador: A Tarde, 26 fev. 2024. Disponível em: <https://atarde.com.br/municipios/prefeitura-de-camacari-vai-reativar-cidade-do-saber-1313950>. Acesso em: maio 2025.