

Comunicação Pública Governamental: Uma Análise de Planejamento de Comunicação nas Prefeituras da Região Metropolitana de João Pessoa¹

Senilson Fernandes de MORAIS²
Maria Lívia Pachêco de OLIVEIRA³
Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Analisamos a comunicação pública governamental na perspectiva da atividade de relações públicas, abordando a gestão de comunicação nas cidades de João Pessoa, Santa Rita e Bayeux, municípios da região metropolitana da capital da Paraíba. Realizamos uma pesquisa de campo com os responsáveis pela comunicação nos respectivos municípios, analisando a formação das equipes de comunicação, o planejamento de comunicação, as formas de execução e avaliação das ações de comunicação. Os resultados apontam que não existe planejamento estratégico de comunicação com visão a longo prazo e que isto pode comprometer a efetividade da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação pública governamental; relações públicas; planejamento de comunicação; cidadania; mídias sociais digitais.

INTRODUÇÃO

Com o avanço e mudanças nas relações entre Estado, governo e cidadãos, a comunicação pública governamental passou por transformações cruciais. Essa mudança se deve à participação ativa dos cidadãos, e essa conexão dos públicos com o governo abre espaço para atuação do relações-públicas, não apenas para informar (dar publicidade), mas para viabilizar uma nova maneira de pensar e fazer a comunicação governamental. Deste modo, com a participação ativa da sociedade, os governos são analisados, cobrados e julgados de acordo com os valores e necessidades daqueles que os elegeram como representantes. Não obstante a isso, o não cumprimento dessas demandas acaba por deslegitimar um governo diante da sua responsabilidade social. Com isso, a comunicação governamental precisa ser planejada.

A comunicação pública governamental visa a prestação de contas do governo à sociedade, possui um caráter informativo e objetiva esclarecer as ações e práticas do

¹ Trabalho apresentado no IJ 03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 20 a 22 de Junho de 2023.

² Graduado em Relações Públicas (2023) pela UFPB. E-mail: senilson.editor@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas da UFPB. Membro do grupo de pesquisa CACTO, email: maria.livia@academico.ufpb.br.

governo, constituindo-se como um direito do cidadão (GARCIA, 2008). A comunicação governamental vai além de estratégias de persuasão e convencimento, ela é de caráter informativo atendendo ao interesse coletivo, sendo um dever do Estado prestar informações referente aos serviços públicos (DUARTE, 2007). Com a ascensão dos meios de comunicação digitais e o advento da midiatização, alterou-se o fluxo comunicacional e a dinâmica de interação, tornando o sujeito potencialmente ativo no processo de comunicação pública, fato este que requer a comunicação governamental de forma permanente e integral.

O gestor de comunicação pública é o mediador na relação de governo e sociedade, uma vez que a sociedade não deve exercer sua cidadania apenas com o voto, mas participar como agente ativo do processo político. A comunicação pública governamental tem como objetivo a busca de soluções de demandas que segmentos da sociedade se organizam para debater, reivindicar e propor políticas públicas que atendam seus interesses. A democratização da comunicação pública é essencialmente dialógica e tem um papel importante na promoção da participação e estímulo à prática da cidadania (MAINIERI, 2011).

Neste contexto, a comunicação pública governamental pensada em relação à comunicação digital é de extrema importância, já que “as mídias sociais podem possibilitar uma maior participação nos debates de interesses públicos e, com isso, certamente a prática cidadã será estimulada, propiciando uma relação mais estreita entre governo e sociedade.” (MAINIERI, 2011, p. 60) rompendo uma lógica das mídias tradicionais.

METODOLOGIA

A coleta de dados da pesquisa se iniciou por meio dos sites oficiais de cada prefeitura objeto da pesquisa; também analisamos os perfis oficiais nas mídias sociais digitais dos municípios, observando-se conteúdos e periodicidade. Em seguida, entrou-se em contato com cada secretaria de comunicação, explicando-se o teor da pesquisa.

A análise dos dados foi realizada através da interpretação e inferência por meio de embasamento teórico, no qual avaliamos a forma de realização de planejamento, as ações realizadas pelas equipes de comunicação e se há profissionais de relações públicas em funções estratégicas na comunicação pública governamental das cidades que são

objeto da pesquisa e como são realizadas as avaliações das atividades de comunicação destes municípios.

ANÁLISE DO PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO NAS PREFEITURAS

Na cidade de João Pessoa o atual secretário de comunicação é jornalista, porém, o responsável pelo preenchimento do questionário exerce a função de diretor de Marketing, com formação em Relações Públicas, pós-graduação em gestão de Pessoas e Processos e MBA em Mercado, estando há mais de um ano no cargo.

As ferramentas utilizadas na elaboração do planejamento, que é realizado semanalmente, são o e-mail e o aplicativo Trello. Como podemos observar, de acordo com os dados informados na pesquisa, em João Pessoa, capital do Estado, não há um planejamento estratégico de comunicação em longo prazo, uma vez que, o foco principal está em atender as demandas inesperadas que são mais comuns. O trabalho desenvolvido desta forma pode gerar uma situação mais cômoda para os gestores (Kunsch, 2016), uma vez que se adaptam melhor às situações sem planejamento, mas comprometem a efetividade da comunicação, como dissemos anteriormente sobre a falta de planejamento.

Na cidade de Santa Rita, o atual líder da pasta da Secretaria de Comunicação institucional é formado em jornalismo pela UFPB, com MBA em Marketing e Mídias Digitais, e está há mais de um ano no cargo, não obtivemos a informação exata de quantas pessoas trabalham na equipe de comunicação, apenas que são mais de 15 pessoas, todas com formação em jornalismo. O planejamento das atividades é realizado semanalmente, disse o entrevistado: “realizamos uma reunião de pauta, mas surgem demandas a todo instante, pois são muitos eventos e serviços que são disponibilizados à população.” (entrevistado 02)

Na SECOM da cidade de Santa Rita observamos algo que pode comprometer a efetividade da comunicação pública governamental do município, o fato de ter apenas pessoas com formação em jornalismo, ou seja, pouca diversidade de profissionais. Segundo Kunsch (2012 p.20), “A prática eficaz da comunicação pública governamental [...] dependerá, imprescindivelmente, de um trabalho integrado das áreas da comunicação, como relações públicas, comunicação organizacional, jornalismo, publicidade e propaganda, editoração multimídia, comunicação audiovisual, comunicação digital e etc.” Diante disso, é importante que a comunicação seja pensada

de maneira dialógica, sendo o profissional de relações-públicas capacitado para realizar esta função.

De acordo com os dados analisados, podemos observar que não existe planejamento estratégico de comunicação em Santa Rita, trabalham com demandas espontâneas, desta forma, as soluções são imediatistas e as demandas de última hora, que segundo Kunsch (2016), o trabalho de comunicação sendo desenvolvido dessa forma, ficam à mercê do acaso, sem planejamento, não há padrão, abre margem para improvisações.

Na cidade de Bayeux a atual coordenadora é formada em jornalismo, não possui pós-graduação e está há mais de um ano no cargo. Não foi respondido quantas pessoas tem na equipe de comunicação, apenas que tem pessoas de todas as áreas de comunicação que colocamos como opção no questionário, ou seja, há uma diversidade de profissionais de comunicação realizando atividades diversas, de rádio escuta, cerimonial e locutor. Segundo ela, há um profissional de relações públicas na equipe.

O planejamento das atividades desenvolvidas pela comunicação do município é realizado semanalmente, são feitas reuniões para elaboração de projetos de produção de matérias, vídeos e outros. As ferramentas de comunicação utilizadas são: mural de recados, aplicativos, vídeos corporativos, e-mail corporativo e redes sociais digitais. Sobre planejamento de comunicação, a coordenadora disse: “comunicação acontece todo tempo, não para. Podemos nos planejar, mas temos que estar preparados para as mudanças inesperadas de ações, obras e notícias.” (entrevistado 03).

ANÁLISE DAS PÁGINAS DAS MÍDIAS SOCIAIS DAS PREFEITURAS E A PARTICIPAÇÃO POPULAR

Nos três municípios que realizamos esta pesquisa, percebemos que a comunicação ainda é realizada com finalidade publicitária, para transmitir imagem positiva da gestão, não existe uma abertura de diálogo personalizado com a população, não há uma preocupação com estímulo à participação popular e não temos a figura do profissional de relações públicas em função administrativa, estratégica e/ou de relacionamento entre os públicos ligados a gestão de comunicação pública governamental. Não obstante a isso, a comunicação pública governamental precisa ser dialógica, deve ser plena para possibilitar

a participação ativa da sociedade, de forma que transcenda o caráter meramente informativo (MAINIERI, 2011).

Desta maneira, entendemos que, segundo Weber (2011, p. 111 apud KUNSCH, 2012, p. 24) ao destacar a atribuição de relações-públicas, considera como atividades específicas dessa área “as formas de relacionamento da instituição como uso de procedimentos, instrumentos e canais que permitem o diálogo personalizado entre um cidadão (ou um grupo restrito de cidadãos) e o agente público.”. Diante disso, entendemos que a comunicação não é voltada à participação popular, ao envolvimento do cidadão nos assuntos de interesse da coletividade e à promoção da cidadania.

Podemos perceber, por meio da pesquisa de campo, que predomina na nossa região, uma comunicação pública governamental em uma perspectiva publicitária, com canais de comunicação que tem o objetivo de levar informações a população, sem muito estímulo a interação e participação popular.

Os sites oficiais, como um todo, apresentam apenas informações sobre as ações da gestão, não abre espaço para o debate de ideias e demandas; as mídias sociais não configuram como espaço de reivindicação, poucos comentários são respondidos neste sentido, as publicações são voltadas a informar os serviços ofertados pela prefeitura e alguns conteúdos educativos, não há efetiva participação cidadã como agente ativo no processo democrático.

Na nossa região, ficou evidente que não realizam planejamento estratégico de comunicação, trabalham por demandas, não realizam ações voltadas à participação popular, com segmentação de públicos, ou seja, atendimento especializado da população. Não realizam avaliação de suas atividades, não há indicadores e parâmetros claros quanto à avaliação das ações de comunicação, ou seja, se não planejam, não tem como avaliar.

Não existe planejamento de comunicação integrada, pensando a comunicação como um todo, conciliando os interesses voltados aos que trabalham na comunicação interna, promovendo o entendimento mútuo entre a organização e seus públicos, trabalhar a relação governo-cidadão permitindo que seja mais produtiva e também, promover a satisfação de representantes e representados, possibilitando ao cidadão, a devida compreensão da importância de sua participação no processo democrático e quais os proveitos de cooperar com as ações dos governos em seu benefício.

REFERÊNCIAS

BAYEUX, PB. Prefeitura Municipal. Secretarias. Disponível em <https://bayeux.pb.gov.br/secretaria/> Acesso em: 17 out. 2022.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Usos e significados do conceito comunicação pública. *In: CONGRESSO BRASILEIRO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 29, 2006, Brasília. *Anais* [...]. Brasília: UNB, 2006.

COMUNICAÇÃO governamental: o local como foco de análise. São Paulo: ECA/USP. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002734463.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2022.

CORREIA, Eduardo Luís. Desafios da comunicação institucional na administração pública. *Comunicação & Educação*, n. 19, p. 91-96, 2000.

DUARTE, Jorge. **Comunicação pública**. São Paulo: Atlas, 2007. p. 47-58.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**, v. 2, 2009. Disponível em: http://www.fo.usp.br/wp-content/uploads/GT1_Instrumentos_de_comunicacao_publica_Jorge_Duarte.pdf. Acesso em 15 out. 2022.

FONTELLES, Mauro José et al. Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. *Revista paraense de medicina*, v. 23, n. 3, p. 1-8, 2009.

GARCIA, Sheila Farias Alves. A nova comunicação pública em governos municipais. **Tema de Administração Pública**, v. 2, n. 3, 2008.

GRUMAN, Marcelo. Lei de Acesso à Informação: notas e um breve exemplo. *Revista debates*, v. 6, n. 3, p. 97, 2012.

HASWANI, Mariângela Furlan. Comunicação Governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira. *Organicom*, v. 3, n. 4, p. 24-39, 2006.

IBGE. Cidades e Estados: João Pessoa. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pb/joao-pessoa.html>. Acesso em: 12 out. 2022.

IBGE. Cidades e Estados: Santa Rita. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pb/santa-rita.html>. Acesso em: 12 out. 2022.

IBGE. População: Bayeux. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/bayeux/panorama>. Acesso em: 12 out. 2022.

JOÃO PESSOA, PB. Secretaria de Comunicação Social. Disponível em <https://www.joaopessoa.pb.gov.br/secretaria/secom/>. Acesso em: 16 out. 2022.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. *In: Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*, São Paulo: ECA/USP, 2012. p. 13-30.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada/ Margarida Maria Krohling Kunsch**. 6. ed. rev. São Paulo: Summus, 2016. (Novas buscas em comunicação; v. 17).

MAINIERI, Tiago; RIBEIRO, Eva Márcia Arantes Ostrosky. A comunicação pública como processo para o exercício da cidadania: o papel das mídias sociais na sociedade democrática. **Organicom**, v. 8, n. 14, p. 49-61, 2011.

PIMENTA, Lidiane Malagone. **Relações públicas governamentais: novas tendências para o relacionamento entre governo e cidadãos**. 2011. Disponível em: http://abrapcorp2.org.br/anais2007/trabalhos/gt6/gt6_pimenta.pdf. Acesso em: 12 out. 2022.

PINHO, Júlio Afonso. O contexto histórico do nascimento das Relações Públicas. **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área**. Porto Alegre: EDIPUCRS, p. 21-42, 2008.

SANTA RITA, PB. Prefeitura Municipal. Secretaria e órgãos. Disponível em <https://www.santarita.pb.gov.br/secretarias-e-orgaos/>. Acesso em: 17 out. 2022.

SILVA, Edna Lucia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis, UFSC, v. 123, 4. ed. 2005.