

Uma análise da comunicação pública na Câmara municipal de Maceió

Eloysa Lopes de Souza¹
Pei Shung Fon²

Universidade Federal de Alagoas, Alagoas, AL

Resumo

O presente trabalho apresenta uma breve discussão dos estudos de comunicação e das relações públicas, construindo um panorama de abordagem da comunicação pública visando posteriormente uma análise entre ambos os temas sobre a Câmara Municipal de Maceió, elucidando os órgãos públicos em relação a viabilização das informações públicas para a sociedade através dos meios comunicação utilizados pela Câmara, gerando a circulação das informações de interesse social. Percebemos no processo que apesar de aparentemente a câmara suprir as necessidades de comunicação pública, o esforço utilizado não é suficiente para caracterizar o exercício da cidadania.

Palavras-chave

Comunicação; comunicação pública; exercício da cidadania.

BREVE HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO

A comunicação é o meio que mais tem poder de influência pois tem como função informar, entreter e persuadir as pessoas com informações através das causas e consequências das relações entre os meios de comunicação e a sociedade, podendo ser por comunicação oral, corporal, escrita ou tecnológica. Geralmente a profissão de jornalismo é a mais vista pois trabalha com mais visibilidade, diferente do relações públicas que trabalha “escondido”, como por exemplo, trabalhar na comunicação de uma empresa no qual a mesma toma os créditos por ser a marca que está sendo mostrada. Kunsch fala também que a comunicação ocorre entre dois sistemas: o sistema macro, que é a estrutura social, e no sistema micro, que é o funcionamento dentro das organizações, sendo mantidas uma série de variáveis e fatores.

¹ Universidade Federal de Alagoas (UFAL) - Graduanda no curso de Relações Públicas

²Idem

Com o passar do tempo as empresas estão buscando novos meios de interagir com seus públicos e de manter uma estabilidade interna, e manter uma boa comunicação é o ponto chave de toda a organização por atuar de forma estratégica agregando valor a empresa que utiliza deste meio para ter uma boa imagem, manter as informações atualizadas e possuindo um bom gerenciamento interno.

O desenvolvimento e o crescimento da Internet tem mudado a forma de trabalho do Relações Públicas, que antes desse grande avanço da tecnologia vivia por propagar seu trabalho e agir com poucas opções de divulgação. Embora esta nova realidade não tenha alterado a essência e nem os objetivos da área, esse poder digital veio para dar extensão no trabalho e assumir-se como o meio de comunicação que registra o maior crescimento.

HISTÓRIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

O principal precursor da atividade de Relações Públicas foi o jornalista americano Ivy Lee, que realizou muitos trabalhos de comunicação em prol de empresas e pessoas que na época precisaram de ajuda com a repercussão de sua imagem na sociedade norte-americana. Um de seus principais feitos foi em 1906, no qual trabalhou na crise da companhia George F. Baer & Associates, e em 1914 quando prestou serviços ao magnata John Rockefeller que estava sendo alvo da imprensa devido a maus tratos a grevistas ocorrido em uma de suas empresas.

As Relações Públicas surgiram pela primeira vez no Brasil em 30 de Janeiro de 1914 com Eduardo Pinheiro Lobo para gerenciar o relacionamento entre empresa e público da multinacional “The San Paulo Tramway Light and Power Company Limited”. Um pouco mais tarde o presidente Costa e Silva teve muita preocupação com sua imagem política e criou a AERP (Assessoria Especial de Relações Públicas) em 1968, tendo uma função estratégica para divulgar as ideologias da Ditadura Militar de forma massiva disfarçando os reais interesses.

O trabalho do profissional de Relações Públicas é divulgar e gerenciar a relação entre marca e o povo e na época os profissionais da área eram acusados de apoiarem o regime militar, já que houve essa necessidade de terem uma organização que divulgasse e administrasse sua campanha, sendo eles bons ou não. As técnicas de comunicação são feitas de maneira semelhante tanto nos regimes ditatoriais como em regimes democráticos. A comunicação tem a mesma função em ambos, que é a de impor a ideologia do regime e justificar o controle político, econômico e técnico da sociedade e das mídias. Segundo Marchiori (2011):

Esses relacionamentos são traduzidos em expectativas, informação, comunicação,

verdade, ética, consciência e sentido (...)
Portanto, criar, monitorar e avaliar relacionamentos com públicos é tarefa abrangente e desafiadora das relações públicas.
(MARCHIORI, 2011)

E com o bom trabalho feito pelo comunicador de relações públicas, surgiu um grande problema, que foi a associação da imagem de profissional da área com a Ditadura e com a manipulação de informações.

AS RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A comunicação pública é um processo comunicativo, com foco no interesse público, que através da junção do Estado, organizações e Sociedade Civil busca a participação social dos cidadãos bem como acessibilidade às informações fundamentais para os deveres democráticos. Esse modelo abre espaço para que o interesse público e privado se encontrem com o objetivo de debater questões relacionadas ao coletivo.

Existem alguns tipos de Comunicação que envolvem a sociedade e políticas públicas e podem ser facilmente confundidas entre si que são: a comunicação política, governamental e pública. A comunicação política, ou marketing político, utiliza dos meios comunicacionais para divulgar as propostas do político e de sua campanha durante o processo eleitoral. Por outro lado temos a comunicação governamental, que é uma forma do governo mostra-se presente para a população sobre suas ações usando propagandas que buscam divulgar seus feitos e atingir a opinião pública. Já a comunicação pública é um processo de cunho democrático que debate os interesses públicos envolvendo o Estado, a Sociedade e o Governo.

O trabalho do relações públicas dentro da comunicação pública é viabilizar e criar meios que façam com que as informações de interesse social sejam divulgadas e que com isso haja uma maior participação cidadã, ou seja, que o papel democrático da população seja posto em ação uma vez que o direito de participação popular seja desconhecido pela falta de uma comunicação pública que qualidade.

Sobre a atividade do Relações Públicas o texto A Comunicação Pública sob a Ótica das Relações Públicas, de Cordeiro e Lisboa, (2011, p.11), e Margarida Kunsch (2007, p.162), afirmam que

“Nesse processo de enfrentamento para a construção da cidadania, as relações públicas devem incentivar a inquietação dos protagonistas sociais, o desejo de transformar a realidade, de construir outra diferente da instituída pelo poder hegemônico, enfim, de alcançar a consciência e a ação crítica” (KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007:162).

O relações públicas possui habilidade e conhecimento com as questões sociais e consegue trabalhar dentro da comunicação pública de forma eficaz, apesar de algumas controvérsias, e busca de um forma humanizada incentivar a participação efetiva do povo ao mesmo tempo em que divulga os conteúdos que são de dever do seu exercício em assuntos públicos.

DESAFIOS DA RELAÇÕES PÚBLICAS NOS TEMPOS DE HOJE

Para que seja possível que as Relações Públicas tenha um papel efetivo na viabilização da comunicação pública, se faz necessário, talvez, uma revolução de pensamento no que seria de fato a atividade de Relações Públicas, a área de estudos de Relações Públicas, a disciplina de Relações Públicas, se torna preciso discutirmos as Relações Públicas epistemologicamente, na academia e metodologicamente na prática. De acordo com o livro Standard Public Relations Handbook, relações públicas constituem uma atividade de direção, tornando a atuação, numa atuação que deve ser estratégica de gestão tendo a comunicação como base, segundo Luiz C. Martino (2001, pg.23), “comunicar é simular a consciência de outrem, tornar comum (participar) um mesmo objeto mental (sensação, pensamento, desejo, afeto.”³

Acreditamos que seja importante profissional e academicamente que hajam estudos sérios sobre os desafios que rondam a nossa área de estudos e atuação com a transformação dos sistemas de comunicação, já que podemos dizer que estamos passando por um momento de transição social, como defende Maffesoli (2010) em seu trabalho “Apocalipse: opinião pública e opinião publicada.”.

Em momentos de transição como este, as relações públicas precisam atentar para que suas discussões e formas de atuação acompanhem a transição, e assumam o seu papel de fato na sociedade: o de transformar a realidade. conseguindo o melhor resultado possível no exercício da atividade, principalmente na viabilização de uma comunicação pública eficaz, é necessário

³Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências, (organizadores) Antonio Hohlfeldt, Luiz C. Martino, Vera veiga França, 7. ed. - petrópolis, RJ: vozes, 2007

que estudantes e profissionais da área sejam sensíveis à conjuntura e às ferramentas que podem ser utilizadas para solução de problemas atuais criando metodologias de trabalho coerentes com o contexto, que deve ser levado em conta tanto quanto os meios e a linguagem a serem utilizados de acordo com públicos em uma campanha.

PERFIL INSTITUCIONAL: CÂMARA MUNICIPAL DE MACEIÓ

IDENTIFICAÇÃO E DADOS GERAIS

A câmara municipal é um órgão legislativo comandado por vereadores, no qual o número varia pela quantidade de habitantes, e exercem a fiscalização financeira (receitas e despesas do município), controle na aprovação ou o veto das ações levantadas pela prefeitura e assessoramento dos atos do executivo e administração interna. A câmara municipal de Maceió está localizada no Edifício Palácio Mário Guimarães, situado na Praça Deodoro, centro de Maceió. O presidente é o vereador Kelmann Vieira, e suas vices são Silvania Barbosa e Fátima Santiago.

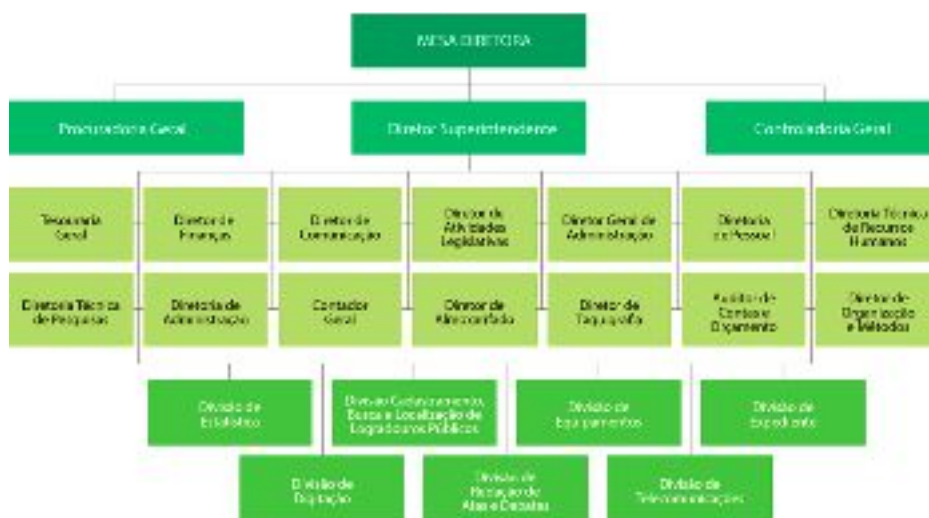
Atualmente a câmara possui 21 vereadores representantes que gerenciam e fiscalizam as demandas da cidade. O órgão consiste em mediar por meio de leis ou decretos assuntos de competência do município. Outra função importante é a fiscalização exercida junto com o tribunal de contas do estado analisando os gastos da prefeitura e demais administrações que envolvam o dinheiro público.

Abaixo segue o quadro atualizado dos vereadores:

Vereador(a)	Partido
Ana Hora	PSD
Anivaldo da Silva (Lobão)	PR
Antonio Hollanda	PMDB
Aparecida Augusta	DEM
Chico Filho	PP
Davi Davino	PP
Dudu Ronalsa	PSDB
Eduardo Canuto	PSDB

Fátima Santiago	PP
Francisco Sales	PPL
Kelmann Vieira	PSDB
Luciano Marinho	Podemos
Ronaldo Luz	PMDB
Samyr Malta	PSDC
Siderlane Mendonça	PEN
Silvania Barbosa	PRB
Silvânio Barbosa	PMDB
Silvio Camelo	PV
Simone Andrade	DEM
Tereza Nelma	PSDB
Zé Márcio Filho	PSDB

Estrutura física, organizacional e administrativa



REFLEXÕES SOBRE A INSTITUIÇÃO, RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A assessoria de comunicação da Câmara Municipal de Maceió é gerenciada por Marcos Aurélio Gomes de Mello, diretor responsável pelo planejamento de comunicação e transparência da instituição. A câmara está presente nos principais veículos de comunicação para divulgação das informações.

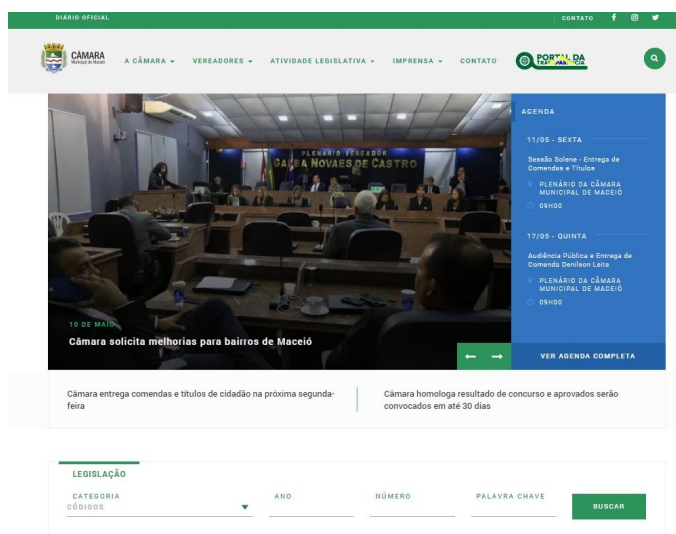
O site oficial, que possui facilidade para navegação e oferece algumas informações que são de interesse da população em relação a quem são os vereadores representantes, divulgação de leis e pautas discutidas, por exemplo, assunto estes que são um dever de transparência para com a sociedade que diz respeito a Lei de Acesso à Informação⁴, Segundo o site Acesso à Informação, do Governo Federal, que entrou em vigor em 16 de maio de 2012 e regulamenta o direito de “qualquer pessoa solicitar e receber dos órgãos e entidades públicos, de todos os entes e Poderes, informações públicas por eles produzidas ou custodiadas”. Além do site oficial, que tem caráter informativo e educativo, a câmara está presente nas redes sociais com perfis oficiais no Facebook, Instagram e Twitter.

A comunicação de uma instituição pública é diferente de uma privada, onde, as informações transmitidas podem ser de cunho publicitário, visando mostrar o que a empresa tem a oferecer visando um retorno lucrativo sem grandes questões com relação à transparência para o consumidor ou população no geral. A comunicação dentro de um órgão público deve visar mais que informar a sociedade sobre as ações, ela busca também educar o cidadão mostrando que ele possui poder de intervir em assuntos sociais e de fato, exercer cidadania, o que para grande parte da população brasileira, que ainda é analfabeta ou semianalfabeta, é um caminho escuro que a comunicação pública, juntamente com a educação tem o poder de iluminar.

O site oficial (Figura 1) possui um modelo simples e dinâmico, sem poluição visual, com conteúdo visivelmente acessível separado por tópicos que falam sobre a câmara, os vereadores, as atividades legislativas, imprensa e contato. Para além disso, a câmara disponibiliza um link para o acesso ao Portal da Transparência, onde se tem acesso aos nomes, cargos e despesas dos setores públicos. Porém, não tivemos acesso ao número de visitas do site para averiguar a quantidade de pessoas que buscam pelas informações constatadas nele que são de cunho social.

⁴ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm

Figura 1



No perfil oficial no Instagram (Figura 2) podemos observar, diferente do site oficial, o número de pessoas que buscam estas informações através das curtidas, comentários e o número de seguidores. É notável a baixa interação da população com as informações publicadas pelo perfil da Câmara. Segundo dados do IBGE de 2017, estima-se que Maceió tenha mais de 1 milhão de habitantes, e este número comparado ao de seguidores do perfil é bastante preocupante, pois, é perceptível que maioria da população não está presente nos perfis da câmara. O que também se repete no perfil do Twitter (Figura 3).



Figura 2

Figura 3



Segundo Batista (2010), apesar de toda a facilidade e rapidez, estar presente nos meios tecnológicos não significa que há uma total transparência. Pelo contrário, muitas pessoas ainda não possuem acesso a meios tecnológicos (sites ou redes sociais) ou não sabem utilizar as ferramentas de acesso (celular ou computador). Ainda há outros parâmetros que dificultam a transparência de informações públicas que a autora classifica como dimensões. A dimensão física diz respeito à “dificuldade de acessar fisicamente o documento público”, a dimensão intelectual sobre a linguagem utilizada que não é de compreensão da população e por último a dimensão comunicacional, que implica na ineficiência dos setores responsáveis em transmitir a informações.

Tendo em vista o baixo número de maceioenses que seguem os perfis disponíveis da Câmara Municipal de Maceió, é necessário que haja um planejamento que visando melhorar as estratégias de comunicação pública, buscando a viabilização da cidadania da população. Apesar de todo o empenho da atual assessoria de comunicação da Câmara tentando fazer o seu papel de informar a população, ainda não possuem um retorno satisfatório.

Dado o exposto, a comunicação pública é um instrumento que leva informação às pessoas buscando gerar o interesse sobre assuntos públicos, e através disso, tornar a cidadania consistente e democrático. Com isto, um novo plano de comunicação vai buscar (buscaria) a interação da população nos ambientes onde possui presença. Muito mais que apenas lançar informações a equipe responsável vai incentivar de alguma forma as pessoas a manter uma relação de acordo com o que é enviado, o que chamamos de feedback. Dado o exposto, a comunicação pública é um instrumento que leva informação às pessoas buscando gerar o interesse sobre assuntos públicos, e através disso, tornar a cidadania consistente e democrático.

Referências

BATISTA, Carmem Lúcia. **As dimensões da informação pública: transparência, acesso e comunicação.** Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=384334885003>>. Acesso em: 22 maio de 2018.

CÂMARA MUNICIPAL DE MACEIÓ. Disponível em: <<https://camarademaceio.al.gov.br>>. Acesso em: 03 Maio 2018.

CORDEIRO, Cristiane Silva Pereira. **A Comunicação Pública sob a Ótica das Relações Públicas.** <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0531-1.pdf>. Acesso em 27 de abril de 2018.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (Org.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora.** São Paulo: Summus, 2007.

MOURA, Claudia Peixoto de. **História das Relações Públicas: fragmentos da memória de uma área.** Porto Alegre: EDIPUCSRS, 2008.700p.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico sobre as organizações.** 2. Ed. São Caetano: Difusão Editora, 2011.

OLIVEIRA, Aline Meneguini de. **Comunicação Pública e Relações Públicas: sintonia a favor do cidadão.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-aline-comunicacao-publica-e-relacoes-publicas.pdf>>. Acesso em: 02 Maio 2018.