

## **A internet e as novas mídias como propulsores de comunicação pública: estudo de caso da Prefeitura de Amargosa<sup>1</sup>**

Rafael Lopes<sup>2</sup>

Hérica Lene<sup>3</sup>

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)

### **RESUMO**

A área de comunicação pública figura como uma das possibilidades de atuação em assessoria de comunicação. O campo vem ganhando escopo com estudos que têm como referência a obra do francês Pierre Zémor, autor de *La comunicacion publique* (1995), traduzida por Elizabeth Brandão (2012). É um campo que, no Brasil, ainda está se desenvolvendo (BRANDÃO, 2012; Marx, 2018). Está amparado no conceito de esfera pública do filósofo e sociólogo alemão Jürgen Habermas (1962) e na ideia de que se refere à ampla rede de diálogos formais, informais, expressivos e solidários que acontecem na esfera pública (que engloba Estado, governo e sociedade). E com um mundo cada vez mais conectado aos dispositivos móveis, onde a informação chega a todo o momento de e em qualquer lugar, faz-se necessário entender como se dá a dinâmica da comunicação pública nas mídias sociais e na internet de um modo geral. Este é o enfoque desta abordagem, que faz parte da dissertação “Desafios da comunicação pública no Recôncavo da Bahia: estudo de caso do município de Amargosa”, defendida no mestrado de Comunicação da UFRB em 2020. Conforme aponta Heloiza Matos (2011), citada por Lage et al. (2010), o estabelecimento de redes pode ser favorável ao desenvolvimento de uma cidadania plural, no sentido de uma construção de diálogo e de uma possível participação que culmina na consolidação de processos democráticos via internet. Torna-se perceptível a relevância de governos e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

<sup>2</sup> Jornalista e mestre em Comunicação pela UFRB, especialista em Comunicação Organizacional com ênfase em Assessoria de Imprensa pela Faculdade 2 de Julho. Integra o grupo de pesquisa COMUNIME - Comunicação, Identidades e Memória. Autor da dissertação “Desafios da comunicação pública no Recôncavo da Bahia: estudo de caso do município de Amargosa” (2020), com orientação da profa. dra. Hérica Lene. E-mail: raufis@gmail.com.

<sup>3</sup> Jornalista pela UFES, doutora e pós-doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ, mestre em Comunicação pela UFF, especialista em Estratégias em Comunicação Organizacional pela Faculdade Cândido Mendes de Vitória, é profa. dos cursos de Jornalismo e Publicidade e do Mestrado de Comunicação da UFRB, onde coordena o grupo de pesquisa COMUNIME. E-mail: hericalene@ufrb.edu.br.

instituições públicas ocuparem esse espaço virtual para a criação de vínculos com seus públicos, para a exposição de serviços que são oferecidos aos cidadãos e, principalmente, para o processo de prestação de contas, de transparência que essas entidades precisam se responsabilizar na relação com os cidadãos. As redes sociais figuram também como um canal de formação de opinião pública que, sem dúvida, auxiliam os governos e instituições públicas em geral na administração de órgãos públicos nas diferentes esferas da Federação. Por intermédio da opinião pública é possível entender os resultados de uma comunicação que foi pensada ou não para o alcance de objetivos ou mesmo entender se a dinâmica da gestão está de acordo com o que os públicos anseiam e/ou demandam. Diferente das organizações de maneira mais ampla, as instituições públicas têm como público o povo, os cidadãos de um município, Estado ou nação. São esses cidadãos que devem dar o tom à comunicação, uma vez que estes são a parte interessada nos serviços e nas ações dessas instituições. Não faz sentido instituições públicas não realizarem um trabalho de comunicação sem pensar o povo como seu principal consumidor e protagonista dos fluxos comunicacionais. O povo conectado e ativo nas redes, além de mostrar aos governantes suas expectativas, acaba contribuindo para a gestão, o governo, já que este com uma visão de fora para dentro consegue enxergar as necessidades da sociedade e atendê-las com vistas a uma manutenção no poder. É o que Gaudêncio Torquato (2002) chama de “via de duas mãos”. Luís Mauro Sá Martino (2014) situa a teoria das mídias digitais no âmbito das linguagens, ambientes e no estabelecimento de redes e de grupos: “redes sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes” (*ibid.*, p. 55). No meio digital, o estabelecimento de laços é desenvolvido de forma menos rígida, e estes são formados de um modo geral a partir de interesses, temas e valores que são compartilhados por aquele grupo. As redes sociais, enquanto estratégia comunicacional, figuram como elemento importante na busca por questões como opinião pública, participação e difusão de conhecimento e de informações de um modo geral, o que por meio de gestões democráticas também é aspirado por governos no dia a dia da comunicação com seu público, o povo (*ibid.*). A comunicação pública, nesse sentido, começa a ganhar corpo e se materializar em pequenas atitudes estrategistas que podem ser utilizadas nesses espaços virtuais onde os públicos está cada vez mais conectados. Contudo,

mesmo sabendo da crescente relevância na ocupação desse espaço poderoso de ampla possibilidade de divulgação e engajamento do público, outras questões de ordem econômica, social e jurídica permeiam aspectos políticos das mídias digitais. A desigualdade no acesso à internet e a exclusão digital são problemas enraizados desde a liberação comercial da rede, em 1990. E nenhum suporte midiático é suficiente por si só. Além da falta de democratização do acesso à internet, a aposta apenas nela pode apresentar um risco eminente de perda de conteúdos da noite para o dia com a exclusão de determinada rede social, por exemplo, como ocorreu com o *Orkut*. Isso reforça a necessidade de fazer conexões não apenas na internet, mas criar esses laços e redes em diferentes espaços e ancorados em outros recursos midiáticos como o falado, o impresso e/ou o rádio. Esse adendo não deve ser um fator preponderante e limitante para entidades públicas da esfera pública, e sim deve funcionar como um olhar estratégico no pensar e no elaborar da comunicação como recurso propulsor de uma relação duradoura e verdadeira entre o Estado e a sociedade. Para Martino (2014), a principal característica do estabelecimento democrático é a participação das pessoas nos processos de tomada de decisão: “nos espaços públicos virtuais, qualquer pessoa está apta a participar de discussões que podem levar à tomada de decisões, ao menos em teoria” (*Ibid.*, p.109). Maria Helena Weber (2017) ressalta a importância da amplitude da informação e da questão do engajamento manifestada na participação cidadã em governos democráticos. Falar em internet e na força desta para a construção de governos democráticos é abordar a contribuição de redes sociais como o *Facebook* para mobilização e a articulação em rede. O *Facebook* é um dos sistemas com maior base de usuários no mundo. E as pessoas vão à rede social para manter ou criar laços que não necessariamente são firmados online, mas que muitas vezes são reforçados naquele espaço oportuno e propiciador de um encurtamento de distâncias e da aproximação entre instituições e cidadãos (RECUERO, 2014). Na convergência midiática, a informação circula em multiplataformas com possibilidades diversas de interação e acesso. Assim, hoje é quase impossível pensar em não ter acesso à informação (embora em alguns casos isso é possível), o que aumenta a responsabilidade e comprometimento – tanto de jornalistas, quanto dos órgãos públicos que são obrigados a, a partir da Lei de Acesso à Informação (LAI) a tornar acessível dados e informações públicas não só para jornalistas mas para todo e qualquer cidadão. Isso está ligado diretamente à questão do direito na

comunicação pública. O fato de que todo mundo poder ter acesso à internet e a esses dados não quer dizer que todos tenham acesso cognitivo à informação (MARTINO, 2014). É, nesse caso, papel da comunicação pública levar o conteúdo de forma acessível para o acesso de todos. Zémor (2012), recorrendo a exemplos de comunicação pública praticados na França, destacou, no que tange aos instrumentos comunicacionais, a importância da internet para a garantia de um acesso às informações de forma mais ampla pela sociedade. Ela é um aliado importante para a garantia da comunicação pública manifestada no acesso à informação e nas múltiplas possibilidades de divulgação e propagação de conteúdo no espaço virtual; se seu uso ou o uso de outros instrumentos comunicacionais por parte dos agentes públicos não estiver pautado na simplificação de dados e de informações, pode atrapalhar principalmente na recepção e no acesso a esses dados. “O cidadão é um receptor ‘interministerial’, cansado de seguir os meandros burocráticos e de se chocar com as barreiras históricas. Ele espera que a informação seja colocada à sua disposição, assim como aguarda um tratamento polivalente” (ZÉMOR, 2012). No estudo de caso (YIN, 2003) realizado em Amargosa foram analisados os materiais: site da prefeitura, o aplicativo digital, duas páginas de *Facebook*, microprogramas de rádio veiculados localmente em uma emissora da cidade e uma campanha publicitária veiculada em 2019. Foi realizada também uma entrevista na Diretoria de Comunicação (Dicom) da Prefeitura de Amargosa, no dia 26/08/2019, com a relações-públicas Gabriela Andrade e com a jornalista Ilze Isabel. Foram analisados canais e produtos da prefeitura, seus conteúdos/narrativas, para entender a relação do município com a comunicação pública e de que forma a comunicação realizada pelo governo municipal contribui para a participação e plena execução da cidadania baseado em preceitos democráticos que ancoram a comunicação pública, de interesse amplo. A análise mostra que a comunicação pública no Recôncavo da Bahia, a partir do estudo de caso de Amargosa, enfrenta desafios para atingir sua eficácia, pois os conteúdos são produzidos, mas as equipes de comunicação não têm necessariamente instrumentos para aferir como estão sendo recebidos e ressignificados pelos seus públicos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Comunicação pública; Assessoria de comunicação; Internet; Mídias sociais;

## REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. *Conceito de comunicação pública*. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: estado, governo, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2012. p. 1-33.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. 1962.

LAGE, Guilherme et al. **O desenvolvimento da comunicação no setor público**. CONVIBRA – VII Congresso Virtual Brasileiro de Administração. In: CONVIBRA, 2010. **Anais...** Disponível em: <http://www.convibra.com.br/artigo.asp?ev=22&id=10379>. Acesso em: 20 jul. 2019.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2014.

MARX, Ana Flávia (org.). **Os desafios da comunicação nas administrações públicas**. São Paulo: Centro de Estudos Barão de Itararé, 2018.

MATOS, Heloiza. *Comunicação pública, esfera pública e capital social*. In: Duarte, Jorge (org.). **Comunicação pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2012. p. 47-57.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira, 2002.

ZÉMOR, Pierre. *As formas da comunicação pública*. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: estado, governo, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2012. p. 214-245.

ZÉMOR, Pierre. **La communication publique**. Paris: PUF, 1995. Tradução resumida do livro: Elizabeth Pazito Brandão. Disponível em: <https://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>. Acesso em: 21 de julho de 2020.

WEBER, Maria Helena. *Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade*. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos (orgs). **Comunicação pública e política: pesquisa e práticas**. Florianópolis: Insular, 2017.

YIN, K. Robert. **Estudo de caso – planejamento e métodos**. Trad. Daniel Grassi – 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2ª Edição, 2001 (reimpressão 2003).