



## **Informação, Comunicação, Participação Democrática: múltiplas faces das Relações Públicas na Efetividade da Comunicação Governamental**

Eliana Sales de OLIVEIRA<sup>1</sup>  
Laio Peres Santos SILVA<sup>2</sup>  
Wellington Teixeira LISBOA<sup>3</sup>  
Universidade Católica de Santos, Santos, SP

### **RESUMO**

Ao longo da história brasileira o desenvolvimento efetivo do relacionamento entre Estado, governo e sociedade, vem se mostrando cada vez mais necessário para a elaboração das políticas públicas, bem como para o entendimento e participação da sociedade nas decisões de seus governantes. Compreender a função, situando o aparato estatal neste meio, pode ser o ponto de partida para evidenciar a relevância da Comunicação neste processo complexo e fundamental para a manutenção do estado democrático. Neste contexto, o presente estudo visa apresentar uma análise reflexiva, sobre os conceitos utilizados para a estruturação da comunicação nas instituições públicas, evidenciando o papel do profissional de Relações Públicas no processo de Comunicação Governamental.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação pública; comunicação governamental; relações públicas; cidadania; sociedade;

### **Introdução**

Apresentamos neste estudo reflexões preliminares de um trabalho de conclusão de curso em desenvolvimento junto ao Curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas, da Universidade Católica de Santos. Temos como ponto de partida a fundamentação do conceito de Comunicação Pública, bem como sua utilização na estruturação de um processo comunicacional que viabilize as relações entre o Estado, governos e a sociedade, aproximando a população das instituições públicas.

Em seguida, apresentamos uma breve análise histórica da Comunicação Governamental no Brasil, a fim de identificarmos como essa filosofia e política da comunicação vem sendo efetivamente tratada no País, no sentido de assegurar permanente contato da sociedade com os poderes constituintes do Estado.

---

<sup>1</sup>Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Relações Públicas do Centro de Ciências Exatas, Artes e Humanidades – UniSantos, email: [elih\\_oliveira@hotmail.com](mailto:elih_oliveira@hotmail.com)

<sup>2</sup>Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Relações Públicas do Centro de Ciências Exatas, Artes e Humanidades – UniSantos, email: [laioperes@hotmail.com](mailto:laioperes@hotmail.com)

<sup>3</sup>Orientador do trabalho. Professor do Curso de Relações Públicas do Centro de Ciências Exatas, Artes e Humanidades – UniSantos, email: [wtlisboa@yahoo.com.br](mailto:wtlisboa@yahoo.com.br)



Por fim, buscamos situar a atuação das Relações Públicas no processo de comunicação resultante do entendimento e aplicação dos conceitos apresentados, com vistas ao destaque da potencialidade das técnicas e conhecimentos desta área de atuação, para que os objetivos propostos pela Comunicação Pública e executados na Comunicação Governamental sejam alcançados.

### **Comunicação Pública: via de relacionamento entre o Estado e a sociedade**

As concepções quanto ao conceito, sentido e emprego da Comunicação Pública variam de acordo com a ótica dos autores e estudiosos do assunto. Em sua pesquisa, Elizabeth Pazito Brandão (2009) identifica diversas formas de pensar e atuar quando nos referimos ao âmbito da Comunicação Pública e observa que a pluralidade de definições "demonstra que a expressão ainda não é um conceito claro, nem mesmo uma área de atuação profissional delimitada" (BRANDÃO, 2009, p. 1).

Para nortear este estudo, devemos nos atentar ao entendimento mais apropriado sobre a Comunicação Pública. Brandão (2009) identificou a utilização do termo em diversos ramos de atuação profissional e de conhecimento, agrupando-os em cinco áreas. A primeira área é a Comunicação Pública associada aos conhecimentos e técnicas da área de Comunicação Organizacional. Nesta perspectiva, a Comunicação Pública é empregada juntamente com os conceitos organizacionais, que tratam do planejamento estratégico da comunicação no interior das instituições – públicas, privadas ou sem fins lucrativos –, bem como da definição dos objetivos que norteiam a sua atuação junto aos públicos de interesse, conduzindo o desenvolvimento da imagem institucional com base no relacionamento estabelecido.

Neste sentido, o termo Comunicação Pública está diretamente ligado aos objetivos mercadológicos das instituições, pois se refere à divulgação, na esfera pública, de produtos e serviços, bem como das ações sociais e comunitárias promovidas pelas organizações que são utilizadas na construção da imagem institucional. Deste modo, a terminologia é utilizada para justificar a comunicação que é exercida pelas instituições com seus públicos externos.

Também é comum utilizar o conceito de Comunicação Pública no sentido de comunicação científica. Nesse campo, por meio da divulgação científica, tenta-se aproximar a ciência do dia-a-dia da sociedade, almejando a interação, participação e conhecimento das descobertas dos mais variados tipos de pesquisas pelos cidadãos. A



comunicação pública, nesta acepção, deve criar mecanismos para estabelecer instrumentos de comunicação e fluxos de informação que “institucionalizem a comunicação nas organizações e estabeleçam processos de educação científica de cidadania ativa, de fomento à cultura científica” (DUARTE, 2004, p. 5).

A terceira área evidenciada correlaciona a Comunicação Pública com a comunicação política. Brandão (2009) trata desta correlação a partir de dois pontos de vista: o primeiro está relacionado à expressão pública dos partidos políticos e dos governos, a partir do momento em que utilizam das técnicas e instrumentos de comunicação para transmitir e expressar, na esfera pública, ideais partidários, posicionamentos políticos; já o segundo refere-se à mediação e discussão, também em esfera pública, entre os detentores da tecnologia e dos veículos de comunicação e a sociedade, que, em seu favor, busca interferir na forma de acesso a essas tecnologias, bem como na regulação e escolha do conteúdo transmitido nestes veículos, cabendo ao Estado a gestão desse diálogo e a responsabilidade pelas questões referentes às políticas públicas de comunicação.

Como quarta área de atuação, esta autora identifica a Comunicação Pública como estratégias de comunicação da sociedade civil organizada. A partir da evolução na estrutura democrática do Brasil, o surgimento de instituições voltadas para o provimento e discussão de políticas para o bem comum dá início à utilização e desenvolvimento da comunicação visando à participação da sociedade, a fim de despertar a consciência, mostrando que o governo não é o único responsável pela definição das políticas públicas.

Por último, sendo a perspectiva que interessa diretamente aos propósitos deste estudo, Brandão (2009) identifica a Comunicação Pública com comunicação do Estado e/ou governamental, sublinhando que a Comunicação Governamental pode ser identificada como Comunicação Pública a partir do momento em que passa a ser instrumento de construção da agenda pública, direcionando os trabalhos do governo para a prestação de contas e, ao mesmo tempo, viabilizando o engajamento e a participação da sociedade em debates e audiências que determinarão os rumos que a administração pública seguirá. A autora ressalta que a comunicação pública, neste sentido, deve ser compreendida como “um processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania (BRANDÃO, 2009, p. 5)” e afirma que é de responsabilidade do Estado, isto é, das instituições que



compõem o aparato estatal, estabelecer este processo de comunicação, garantido o fluxo de informação e comunicação com a sociedade.

Ao comparar as distintas interpretações acima referidas nota-se um ponto em comum, a frequente relação entre as questões públicas e a participação de todos os atores envolvidos neste “processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania.” (BRANDÃO, 2009, p. 9). Contribuir para a cidadania é um dos aspectos presentes nas finalidades e no embasamento do conceito de Comunicação Pública, em especial no seu entendimento como comunicação na esfera governamental. Segundo Zémor (1995), a Comunicação Pública define-se pela legitimidade do interesse geral e situa-se no espaço público, sob o olhar do cidadão, ligando os papéis de regulação, de proteção ou de antecipação do serviço público. Ainda segundo o autor, as finalidades do processo comunicativo da Comunicação Pública não podem estar dissociadas das finalidades das instituições públicas, que são: a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); b) ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; c) contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão como ator); d) acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social.

Se, por um lado, a participação e engajamento da sociedade no diálogo proposto neste espaço é fundamental para o processo da Comunicação Pública, por outro, há de se reconhecer que as instituições públicas devem promover o desenvolvimento desse processo, uma vez que seus interesses estão diretamente ligados aos objetivos da Comunicação Pública. Cabe a essas instituições

[...] extrapolar a esfera da divulgação de informações do governo e da assessoria de imprensa como mecanismo de autopromoção dos governantes e de suas ações para colocar-se como instrumento facilitador do relacionamento entre cidadão e Estado. (NOVELI, 2006, p. 77).

É com base nesses termos que Brandão (2009) define a Comunicação Pública como o processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o governo e a sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública no país.

Nesta mesma linha de pensamento e, de certa forma, complementando o entendimento de Brandão (2009), Jorge Duarte (2013) sublinha que a Comunicação Pública tem seu conceito originado na noção de Comunicação Governamental e ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e

atores sociais (governo, Estado e sociedade civil) interessados em temas de interesse público, conforme demonstra a figura 1.

Figura 1 – Ambiente de comunicação de interesse público e seus atores.



Fonte: Duarte, 2013, p.2

Os dois autores apontam a relação entre as instituições públicas e a sociedade como produto do processo da Comunicação Pública. Estabelecer o relacionamento não é o único propósito da Comunicação Pública, para que o relacionamento seja considerado parte do processo há de se prover discussões e resultados que envolvam assuntos de interesse público. Promover o interesse público diante do debate e interação da sociedade atribui ao cidadão participação em decisões que influenciam em seu modo de vida, além de aproximar a sociedade dos poderes públicos por meio do conhecimento (DUARTE, 2013).

Ana Lucia Novelli (2006), em análise sobre a perspectiva das novas formas de participação política estabelecidas entre a sociedade e o Estado na gestão de políticas públicas, aponta que a comunicação “assume na prática uma importância significativa para o exercício da participação política e da cidadania” (NOVELI, 2006, p. 77). Para a autora, a Comunicação Pública, quando compreendida como processo de comunicação em que a promoção, a troca e o compartilhamento das informações de interesse público são estabelecidos como objetivos do relacionamento entre as instituições públicas e a sociedade, passa a desempenhar um papel importante de mediação para as práticas de



boa governança<sup>4</sup>, além de atuar na concepção de uma esfera pública democrática e participativa.

O novo formato da esfera pública, com destaque para o crescimento do terceiro setor e de movimentos sociais, representa, para Brandão (2009), uma imposição para que os cidadãos se organizem de forma estratégica, a fim de obter participação, direta e influente, na formulação de políticas públicas. “É nesse cenário que se coloca a comunicação pública, pois ela cresce e se organiza na mesma medida em que cresce e se estabelece o poder desses cidadãos na nova configuração da sociedade civil.” (BRANDÃO, 2009, p. 30).

Entender a Comunicação Pública como processo de comunicação voltado aos temas de interesse coletivo é essencial para a criação do espaço onde a negociação e o fluxo de informações, entre os diversos atores citados, viabilizem o diálogo, contribuam para a construção da cidadania e maximizem a participação da sociedade na definição das políticas públicas. Cabe ao Estado e às instituições públicas, como a organização com base na qual este projeto experimental é desenvolvido, estruturar possibilidades de comunicação, interna e externa, que viabilizem o exercício da democracia.

### **As faces da Comunicação Governamental**

A Comunicação Governamental assume um papel fundamental nas relações entre as instituições públicas e seus públicos, já que suas ações visam a aproximação do governo com a sociedade, informando e fortalecendo os vínculos necessários para a manutenção do estado democrático.

Para Francisco Gaudêncio Torquato (1985, p.44), “a comunicação governamental é uma necessidade social, mais que uma infraestrutura de sustentação do Poder.”. Ou seja, o conhecimento sobre as decisões tomadas pelo governo é essencial para a sociedade, pois funciona como um termômetro que mostra o grau de comprometimento social em relação às ações que foram apresentadas pelos representantes do governo e torna-se uma forma de prestação de contas para a população.

---

<sup>4</sup>De forma geral, a governança se refere aos pré-requisitos institucionais para a otimização do desempenho administrativo – instrumentos técnicos de gestão que assegurem a eficiência e a democratização das políticas públicas (NOVELLI, 2006).



Nessa perspectiva, este autor conceitua o tema como “a vasta rede formal criada e localizada no interior das organizações governamentais” (TORQUATO, 1985, p.44) e que possui como objetivo principal difundir à opinião pública informações significativas da esfera governamental. A opinião pública, como conceito definido por Ana Lucia Novelli (2009), possui o papel de intermediar a relação entre o Estado e a sociedade, sendo de extrema importância para a execução da democracia. Nesse sentido, a Comunicação Governamental oferece possibilidades de relacionamento entre os governos e os cidadãos, em prol da formação da opinião pública consciente e participativa acerca das responsabilidades e ações do Estado.

Segundo Brandão (2009, p.4), a Comunicação Governamental, como vimos anteriormente, está dimensionada na Comunicação Pública e tem como objetivo estabelecer um fluxo comunicativo com os cidadãos. Convergindo com o conceito de Torquato (1985), esta autora acrescenta que todos os assuntos relacionados ao governo que influenciam a opinião pública e resultam no engajamento da sociedade - que, por sua vez, participa do debate público referente às ações promovidas pelos órgãos governamentais - são considerados componentes da Comunicação Governamental.

Brandão (2009, p.5) ainda pontua que:

Entendida desta forma, a comunicação promovida pelos governos (federal, estadual ou municipal) pode ter a preocupação de despertar o sentimento cívico (são exemplos as recentes campanhas publicitárias; “o melhor do Brasil é o brasileiro” e “bom exemplo”); informar e prestar contas sobre suas realizações, divulgando programas e políticas que estão sendo implementadas; motivar e/ou educar, chamando a população para participar de momentos específicos da vida do país (eleições, recentemente o referendo sobre a comercialização de armas de fogo e munições); proteger e promover cidadania (campanhas de vacinação, acidente de trânsito etc.) ou convocar os cidadãos para o cumprimento dos seus deveres (o “Leão” da Receita Federal, alistamento militar.)

A Comunicação Governamental não deve ser estruturada de maneira que se torne uma via de mão única, onde a sociedade apenas recebe e retém informações divulgadas pelos órgãos governamentais; ela deve partilhar os assuntos que são de interesse público, viabilizando a comunicação de mão dupla, visando o diálogo, a participação e a interação com a sociedade.

Essa troca de informações entre o governo e os cidadãos é de significativa importância para que o governo possa ter ampla visão sobre como seu trabalho envolve a sociedade civil. Desta forma, o cidadão pode participar ativamente da vida política de sua cidade, estado ou país, garantindo, por sua vez, o cumprimento de seus direitos e deveres. Como exemplo desse relacionamento por meio dos canais de comunicação, é



possível citar os agentes sociais, os orçamentos participativos e as ouvidorias públicas, estas que são uma forma de diálogo comumente presente em muitas cidades.

No Brasil, a Comunicação Governamental, historicamente, tem apresentado natureza publicitária focada na divulgação das ações do governo, com a utilização de instrumentos de veiculação de discursos na mídia de massa (BRANDÃO, 2009). O poder Executivo, nesse aspecto, sempre teve maior visibilidade junto à população, desde a época de Getúlio Vargas, pelo uso do rádio, passando pelas campanhas que se fizeram presentes na forma cívica, política e governamental (BRANDÃO, 2009). Heloiza Matos (1999) também cita a presença do poder Executivo em um projeto de comunicação integrado ao governo militar autoritário durante o governo do General Médici, na década de 1970, e completa: “Esta comunicação governamental se valeu das técnicas de propaganda para legitimar o discurso ideológico e um projeto de desenvolvimento econômico-social” (MATOS, 1999, p.2), devido ao alcance que esta comunicação de massa proporciona. Segundo Matos (1999), com a redemocratização brasileira, o governo parecia pensar na comunicação apenas como produto da publicidade, visando convencer a população. Porém, Comunicação Governamental não é apenas divulgação, publicidade, disponibilização de informações, e sim a troca de conhecimento, interação e integração entre sociedade e governo. Esta autora ainda completa que, mesmo no início da redemocratização, a gestão Sarney foi uma exceção quanto às comunicações no âmbito do governo, pois seguia o pensamento da Comunicação Governamental como via de mão dupla:

Nesse pequeno período, o espaço de veiculação televisiva gratuita reservado para a propaganda institucional buscou o envolvimento da sociedade civil, dando voz a setores organizados e visando a identificação do governo com uma democracia em construção, conclamando à participação dos cidadãos na Constituinte e associando aquele momento com os ideais mais nobres da sociedade brasileira. (MATOS, 1999, p.2).

A Comunicação Governamental, logo, não é composta, apenas, pela área da publicidade e da divulgação. O segmento possui um fluxo de informações constante, e é possível observar outras áreas da comunicação atuando neste campo, como: relações públicas, jornalismo, editoração, entre outras, como cita Torquato (1985, p.44):

A comunicação governamental se concretiza, a partir da rotina diária dos *briefings* 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 de fixação de imagem para planos, programas e obras governamentais e vai, de Brasília, sede do Poder Central, até as pequenas comunidades rurais do Interior do País.



Ou seja, a Comunicação Governamental se faz presente, em nível de importância, em diversas partes do processo da comunicação entre o governo e o cidadão. É possível verificar, no desenvolvimento da comunicação, as diferentes áreas atuantes e as distinções das competências que cada profissional possui. Com trabalhos e experiências próprias, cada área consegue envolver de forma significativa seu público-alvo, fazendo com que a mensagem chegue ao receptor de uma maneira abrangente, concisa e de fácil entendimento, não gerando ruídos na comunicação.

### **Relações Públicas e o aparato estatal**

O papel das Relações Públicas na Comunicação Governamental se dá pela forma como o governo se relaciona com o cidadão, ou seja, o profissional desta área trabalha como gestor da comunicação entre ambas as partes, visando intermediar o diálogo, a troca de informações e buscando, desta forma, solucionar conflitos de interesse e instigar a participação da sociedade nos assuntos de interesse público.

Como a principal função do profissional de Relações Públicas é gerenciar a comunicação de uma instituição com seus públicos de interesse (FORTES, 2003), este está habilitado para trabalhar no relacionamento entre o governo e a sociedade, mesmo porque, se não existissem os cidadãos, não haveria motivos para a existência do governo.

Uma das principais referências na teoria das Relações Públicas Governamentais, Cândido Teobaldo de Souza Andrade (1993) sublinha que a primeira vez que um serviço teve características condizentes com a atividade realizada pelas Relações Públicas foi em 1862, no Departamento de Agricultura americano, tendo como objetivo divulgar e obter informações sobre os assuntos relacionados à agricultura.

No Brasil, a primeira prática de um serviço informativo no governo também se deu por meio da agricultura, com a criação do serviço de Informação e Divulgação no Ministério da Agricultura, em 1911. Com o passar dos anos, houve a criação do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, no Ministério da Justiça e Negócios do Interior, em 1934; e outros serviços referentes à divulgação da informação em outras áreas do governo também foram criados, como na educação, cultura, turismo, entre outras (ANDRADE, 1993).



Reforçando esta importância da profissão no desempenho da administração pública, Andrade (1982, p.109) menciona que, para que aconteça o progresso social no mundo, diante do crescimento e da complexidade do Estado contemporâneo, é preciso que seja criada uma ampla política de Relações Públicas. Refere-se, desta forma, à essencial participação do profissional no âmbito governamental, que busca estabelecer relacionamentos que sejam produtivos para o governo e a sociedade e que ajudem na reestruturação e no progresso de uma cidade, estado ou país.

O mesmo autor define as Relações Públicas governamentais na seguinte perspectiva:

Relações Públicas governamentais é o esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração pública, para estabelecer e manter uma mútua compreensão entre governantes e governados. (Adaptação da definição oficial de Relações Públicas da Associação Brasileira de Relações Pública.) Ou ainda, Relações Públicas Governamentais é o método de ação que, através do diálogo planejado e permanente entre os governantes e governados, procura determinar o interesse social. (ANDRADE, 1982, p.88)

A partir desta definição, Novelli (2009) refere que a atividade de Relações Públicas governamentais é caracterizada pela disponibilização de canais que possibilitem a comunicação entre o governo e a sociedade. A autora ainda apresenta quatro objetivos, que julga serem os principais, a partir de um posicionamento estratégico profissional na área. Estes objetivos consistem em promover o entendimento da população em relação às funções das esferas governamentais; manter fluxo constante de informações sobre a administração pública; estabelecer canais de comunicação com a população para que suas opiniões possam influir nas ações do governo e, por fim, estabelecer outros canais de comunicação que façam com que os representantes da administração pública alcancem os cidadãos.

Desta forma, o profissional de Relações Públicas oferece à sociedade a oportunidade de engajamento e interesse quanto aos assuntos condizentes ao governo, que são de total interesse público. Portanto, é papel do profissional criar, divulgar e manter esses canais de comunicação para que a população entenda, por exemplo, que é possível participar, além do voto, em épocas de eleição, abrangendo o acompanhamento e as cobranças de informações e de atitudes das instituições públicas.

Para Marcello Chamusca e Márcia Carvalhal (2013), a importância das Relações Públicas governamentais está na viabilização da luta democrática, criando comunicação de mão dupla com o cidadão, que favorece o diálogo e a troca de conhecimento. Diante do novo cenário político do País e de uma sociedade contemporânea líquida e volátil



(BAUMAN, 2007), constata-se a necessidade de mudança também na comunicação. Os canais de comunicação adotaram ágil, constante e intenso fluxo de informações, permitindo manter uma relação atualizada e de confiança entre as partes envolvidas. Tal como Chamusca e Carvalho (2013), Novelli (2009) acrescenta que o objetivo e a importância desses canais de comunicação reside no fato de permitir o conhecimento da população quanto ao próprio governo e como esse governo é percebido na sociedade.

Como exemplo da atuação das Relações Públicas Governamentais é possível citar alguns estudos relacionados a essa prática. Como um estudo feito em 2005 para a implantação de um projeto sobre a atuação das Relações Públicas governamentais na contribuição para o fomento do turismo rural no município de Tamarana, no norte do Paraná (SILVA; MOREIRA, 2005). O estudo consistiu numa avaliação sobre a estrutura socioeconômica do município, buscando mapear seu perfil turístico e, a partir desta avaliação, a identificação da necessidade da criação de políticas de comunicação proporcionadas pelo poder público, a fim de promover maior participação dos públicos de interesse em questão do desenvolvimento do município.

Sendo assim, o trabalho apresenta o profissional de Relações Públicas em dois momentos: primeiramente como um mediador entre o poder público e a comunidade, para contribuir no fortalecimento das ações públicas, com sugestões e informações; e vinculando o objetivo do profissional ao objetivo político, o profissional proporciona um ambiente favorável ao desenvolvimento do turismo rural, promovendo a valorização da Secretaria de Turismo e passando credibilidade para a comunidade.

Para a efetivação desses objetivos, foram criados dois programas: “Informação e Divulgação” e “Participação e Relacionamento”. O primeiro visa informar os públicos envolvidos sobre os acontecimentos turísticos da região; e o segundo visa à manutenção de um canal de comunicação com seus públicos estratégicos, gerando um ambiente que incentive a participação direta e indireta dos públicos no desenvolvimento turístico do município.

Podemos ainda citar como exemplo um trabalho premiado pelo Prêmio Opinião Pública, em 2003, organizado pelo Senado Federal e de responsabilidade da Ana Lucia Novelli (2003), que tem como tema: “Terceira Idade: O desafio da Inclusão Digital”. Foi observada a melhoria na idade de esperança de vida ao nascer, acentuando, desta forma, a quantidade de idosos no País. Partindo dessa perspectiva, foi possível perceber que as conquistas sociais, até o momento, não haviam sido suficientes para um



crescimento populacional que pudesse chegar até a terceira idade, com qualidade de vida necessária para a sociedade atual.

Com esse levantamento, também se notou maior participação da sociedade civil em discussões e debates e um posicionamento cada vez mais presente na questão social. Partindo dessa visão, a participação dos poderes legislativos tornava-se fundamental. Desta forma, a Subsecretaria de Relações Públicas do Senado Federal planejou e executou uma campanha aproximativa entre a sociedade e o parlamento que objetivava mostrar aos parlamentares a importância da questão do envelhecimento da população na agenda política nacional, para que leis condizentes com a necessidade da sociedade fossem criadas e, além disso, inserir a população na discussão legislativa nos aspectos ligados às novas propostas para a terceira idade.

Para a viabilização desse projeto, o Senado Federal utilizou de cinco estratégias: instalação da Subcomissão Temporária do Idoso; disponibilização de canais de comunicação e participação da sociedade; realização de pesquisa de opinião sobre a legislação para o idoso; elaboração do Estatuto do Idoso; Inclusão do tema "Idoso" na agenda pública da mídia nacional e, por fim, o estímulo às práticas públicas de valorização ao idoso.

A execução do projeto se concretizou por sete meses de intensos debates no Senado Federal. Novelli (2003) relata que os parlamentares e a sociedade se empenharam e foram receptivos quanto ao tema em discussão, e destaca algumas ações empreendidas:

Sensibilização política dos parlamentares para a instalação da Subcomissão Temporária do Idoso; disponibilização de uma Central de Atendimento ao Cidadão, específica para receber as sugestões da população sobre o tema e prestar esclarecimentos sobre os projetos de lei em tramitação na Casa; viabilização política para a aprovação do Estatuto do Idoso; mobilização interna dos senadores, na Subcomissão Temporária do Idoso e no Plenário, para a realização de debates parlamentares sobre a condição do idoso no Brasil e a legislação específica disponível para a sociedade; realização de audiências públicas, com a participação da sociedade civil, para a discussão da condição do idoso no País [...]

Como resultados, o projeto gerou mídia espontânea e mídia induzida, totalizando mais de 800 notícias utilizando o termo idoso, terceira idade e sobre o Estatuto do idoso, no prazo de janeiro de 2002 a dezembro de 2003, com maior recorrência no ano de 2003, quando o projeto estava sendo executado. Também como resultado, pode-se notar a participação da sociedade na Central do Atendimento ao Cidadão Idoso, onde grande parte das ligações era sobre denúncias de maus tratos e não cumprimento das leis que preservam os direitos humanos. Outras ações também foram impulsionadas pela



discussão dos direitos do idoso, como: a revitalização do Conselho Nacional dos Direitos do Idoso e a Lei nº 10.741/2003 que dispõe sobre a criação do Estatuto do Idoso, criada pelo ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

A partir desses estudos de caso e do êxito obtido nos resultados, é possível observar a importância, na prática, da atuação do profissional de Relações Públicas no âmbito governamental, considerando a estratégia utilizada, a definição dos públicos, os veículos utilizados no auxílio da divulgação, ou seja, todas as práticas desenvolvidas pelo profissional.

### **Considerações Finais**

A partir do estudo e reflexão sobre o conceito de Comunicação Pública, pôde-se notar um vasto campo de conhecimento, onde o termo “público” é anexado à comunicação e interpretado de diversas formas. Pelo conceito proposto entende-se que a Comunicação Pública não se refere apenas ao ato de “tornar público”, mas sim à promoção do diálogo e constante relacionamento entre o Estado, o governo e a sociedade. A criação de políticas públicas, bem como a adequação dos processos administrativos das instituições públicas, visando o estabelecimento de tal vínculo, mostra-se como uma alternativa para o fortalecimento e engajamento da sociedade junto aos poderes públicos.

Entender os objetivos da Comunicação Pública é fundamental para a estruturação da comunicação dos governos. Nos dias atuais a Comunicação Governamental não deve limitar-se apenas a cumprir o papel informativo, inerente à constituição das instituições públicas, isto é, a elaboração e planejamento da comunicação destas organizações deve ter como base a participação efetiva da sociedade, deverá contemplar e promover o diálogo entre o governo e o cidadão, além de garantir que o produto, resultante deste relacionamento, seja tratado e aproveitado, evidenciando para a sociedade a partilha de decisões anteriormente tomadas.

Neste contexto, as Relações Públicas, possuem um papel fundamental no intermédio das relações estabelecidas entre a sociedade e o governo. A partir das técnicas e dos veículos dirigidos utilizados, o profissional se posiciona estrategicamente buscando atender aos dois lados, viabilizando o desenvolvimento da comunicação de maneira em que, tanto o governo quanto o cidadão, obtenham resultados positivos deste relacionamento.



## Referências bibliográficas

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Administração de Relações Públicas no Governo**. São Paulo: Loyola, 1982.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para Entender Relações Públicas**. São Paulo: Loyola, 1993.

BAUMAN, ZYGMUNT. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

CHAMUSCA, Marcello; CARVALHAL, Márcia. **Relações Públicas Governamentais**. Disponível em: <[http://www.rpbahia.com.br/trabalhos/paper/textos/rp\\_governamental.pdf](http://www.rpbahia.com.br/trabalhos/paper/textos/rp_governamental.pdf)>. Acesso em: 26 mar. 2013

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. Disponível em <<http://www.jforni.jor.br/forni/files/Comp%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>>. Acesso em 13 maio 2013.

DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2009.

DUARTE, Jorge. Da divulgação científica à comunicação. **Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo**, São Bernardo do Campo, ano 1, n. 2, julho/dezembro de 2004. Disponível em <[http://www2.metodista.br/unesco/GCSB/reproducao\\_divulgacao.pdf](http://www2.metodista.br/unesco/GCSB/reproducao_divulgacao.pdf)>. Acesso em: 13 maio 2013.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: Processos, funções, tecnologia e estratégias**. São Paulo: Summus, 2003.

GUAZZELLI, Denize Aparecida. **Relações Públicas em Defesa do Consumidor**. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/33256-42310-1-PB.pdf>>. Acesso em: 31 mar. 2013

MATOS, Heloiza. **Comunicação Pública – Democracia e Cidadania: o caso do Legislativo**. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/783e6552ae7775c83c58acadcbd0563e.PDF>>. Acesso em: 17 mar. 2013

MATOS, H. H. G. Comunicação Política e Comunicação Pública. **Organicom**, São Paulo, ano 3, n. 4, 1º semestre de 2006, p. 59-73. Disponível em <<http://revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/55/189>>. Acesso em: 13 maio 2013.

MONTEIRO, Graça França. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. **Relações Públicas Governamentais: ação para a cidadania**. Disponível em: <<http://www.conferp.org.br/?p=159>>. Acesso em: 17 mar. 2013



NOVELLI, Ana Lucia Romero. **Terceira Idade: O Desafio da Inclusão Digital**. Disponível em: < [http://www.portal-rp.com.br/pop/rppgovernamentais/2003\\_10.htm](http://www.portal-rp.com.br/pop/rppgovernamentais/2003_10.htm)>. Acesso em: 28 mar. 2013

NOVELLI, Ana Lucia Romero. O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança. **Organicom**, São Paulo, ano 3, n. 4, 1º semestre de 2006, p. 74-89. Disponível em <<http://revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/56/190>>. Acesso em: 13 maio 2013.

SILVA, Camila Ferro da; MOREIRA, Maria Lina Bento. **Relações Públicas Governamentais: Contribuição para o Fomento do Turismo Rural em um Município do Norte do Paraná**. Disponível em: < <http://www.portal-rp.com.br/projetosacademicos/organismospublicos01/0059.htm> Acesso em: 28 mar. 2013

TORQUATO, Francisco Gaudêncio Torquato do Rego. **Marketing Político e Governamental: Um roteiro para Campanhas Políticas e Estratégias de Comunicação**. São Paulo: Summus, 1985.

ZÉMOR, Pierre. **La Communication Publique**. Paris: PUF, Col. Que sais-je? 1995. Versão resumida: tradução Elizabeth Brandão. Disponível em <<http://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>>. Acesso em: 13 maio 2013.