

'Roteiro de um plano de comunicação na administração pública: o caso da Prefeitura de Palmeira das Missões'¹

Katiele Cristiane ZINGLER²

Amanda Lúcia Bittencourt dos SANTOS³

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

RESUMO

Este roteiro de um plano de comunicação na administração pública⁴ tem como objetivo principal a sugestão de projetos no âmbito da comunicação, os quais seriam executados pela equipe de Assessoria da Prefeitura de Palmeira das Missões, que não conta com profissionais de Relações Públicas. A partir da apresentação da organização, trazemos fundamentos teóricos, a situação da prefeitura em relação a estas questões e, por último, apontamos nossas sugestões. Como processualidades metodológica utilizamos a pesquisa bibliográfica, juntamente com a técnica de entrevista. Como principal resultado esperado, destacamos a real possibilidade de implementação das ações.

PALAVRAS-CHAVE: Assessoria; Relações Públicas Governamentais; Palmeira das Missões; Prefeitura.

1 APRESENTAÇÃO

A prefeitura de Palmeira das Missões, situada na Praça Nassib Nassif em Palmeira das Missões, fone (55) 3742-7303, foi fundada em 6 de maio de 1874 e, atualmente, é composta pelo gabinete do prefeito e pelas seguintes secretarias: Administração; Fazenda; Desenvolvimento Econômico e Empregos; Saúde; Planejamento e Meio Ambiente; Assistência Social e Habitação; Educação; Obras; Serviços Urbanos e Atividades Públicas Essenciais; Agricultura e Pecuária; Esporte e

¹ Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Jornalista, estudante do Curso de Relações Públicas – Bacharelado da Universidade Federal de Santa Maria – Campus de Frederico Westphalen. E-mail: katingler@gmail.com.

³ Jornalista, recém-graduada pela Universidade Federal de Santa Maria/ Campus Frederico Westphalen. E-mail: amanda_bitte@hotmail.com.

⁴ Trabalho desenvolvido para a disciplina de Relações Públicas Governamentais, do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria - Campus de Frederico Westphalen, no semestre 2016/2 sob a orientação da Profa. Dra. Melina de Souza Mota.

Lazer; Trânsito; e Cultura e Turismo. A atual gestão é composta pelo prefeito Eduardo Russomano Freire (PDT) e vice-prefeito Delfino Suzano Junior (PP).

A Prefeitura pertence ao Poder Executivo, na esfera Municipal. Este Poder é exercido pelo prefeito de cada município, que é auxiliado pelo vice-prefeito e pelos secretários municipais. Segundo a Constituição Brasileira de 1988, cada município é autônomo, sendo responsável pela sua própria organização, administração e arrecadação de impostos. Aos prefeitos cabe a administração dos serviços públicos municipais nas áreas da saúde, educação, transporte, segurança e cultura.

Segundo dados do *site* "Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo", ainda é de competência dos prefeitos apresentar projetos de leis à Câmara Municipal, sancionar, promulgar, fazer publicar e vetar as leis, convocar extraordinariamente a Câmara Municipal, quando necessário, e representar o município em todas as circunstâncias. Requisitar à autoridade policial mais graduada no município a força necessária para fazer cumprir a lei e manter a ordem. Prestar contas de sua administração, na forma estabelecida na Lei Orgânica do Município, nas disposições constitucionais e na legislação específica.

1.1 Portal da Transparência e Lei de Acesso à Informação

O portal da transparência é uma maneira da população verificar a gestão pública tanto federal, como estadual e municipal. Segundo o Portal da Transparência do Governo Federal “O governo brasileiro acredita que a transparência é o melhor antídoto contra a corrupção, dado que ela é um mecanismo indutor de que os gestores públicos ajam com responsabilidade e permite que a sociedade, com informações colaborem com o controle das ações de seus governantes, no intuito de checar se os recursos públicos estão sendo usado como deveriam”.

A informação é considerada um poder, e por isso, a população tem o direito de ficar a par dos gastos com o dinheiro público. O Portal da Transparência do Governo Federal foi uma ação da Controladoria Geral da União (CGU), em novembro de 2004.

Os portais dispõem de inúmeras informações referentes a recursos federais transferidos da União para estados, municípios e Distrito Federal. Alguns exemplos que podem ser consultados pela população nos portais são dados referentes a diárias, beneficiários do bolsa família, gastos com obras e serviços, situações sobre cargos, funções dos servidores e agentes públicos, entre outras informações.

Essas informações podem ser pesquisadas no endereço eletrônico do Portal da Transparência, no âmbito federal estadual e municipal. No âmbito municipal, o Portal da Transparência da cidade de Palmeira das Missões, está localizado ao lado direito, juntamente com outros serviços disponíveis aos cidadãos e aos servidores públicos, no *site* oficial da Prefeitura. Nele existe a possibilidade do cidadão acompanhar as receitas, despesas, patrimônio, licitações, veículos, compras, contratos, quadro de pessoal, demonstrativos, publicações e acesso à informação do poder público e seus respectivos órgãos, além dos repasses de recursos entre o governo ou dele para o cidadão.

A Lei de Acesso à Informação (LAI) nº 12.527, foi promulgada em 18 de novembro de 2011, entrando em vigor seis meses depois. Ela busca “trazer mais transparência ao Governo e de disponibilizar ao cidadão as informações de caráter público, instituindo obrigações, prazos e procedimentos para a divulgação de dados, prevista pela Constituição Federal de 1988 no art. 5º, inc. XXXIII; art. 37§3º, inc. II; e art. 216, §2º.” A Lei de Acesso à Informação é válida para os três poderes da União. O acesso à informação contribui para aumentar a eficiência do Poder Público, diminuir a corrupção e elevar a participação social.

As informações podem ser solicitadas pela internet, no sistema eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão, ou, pessoalmente no órgão onde pretende solicitar a informação. A Prefeitura de Palmeira das Missões possui essa ferramenta dentro do Portal da Transparência, mencionado anteriormente, sendo possível solicitar informações de interesse público e acompanhar o andamento de seu pedido.

1.2 Comunicação Governamental

A comunicação governamental integra todas as práticas de comunicação executadas pelos governos municipais, estadual e federal, bem como, de seus respectivos órgãos. A função destas práticas é difundir notícias de interesse da população, prestar contas, intermediar relacionamentos e constituir uma imagem favorável.

De acordo com Silva (2009, p. 4)

Ela atua, primeiramente, com o objetivo de levar informação para que o cidadão tenha oportunidade de se envolver com as atividades governamentais, podendo ser definida como o conjunto das mensagens que circulam no sistema político, dando condição a todas as ações, desde a concepção de demandas e dos processos de conversão das próprias respostas do sistema.

A partir destas informações é possível entender a importância da comunicação governamental. Assim, é direito dos cidadãos o acesso a questões dos governos, uma vez que estas podem exercer impacto direto em sua vida.

Torquato (1985 *apud* Riffel, Albuquerque e Santana, s.d.) para tratar de mais uma questão importante dentro desta perspectiva, menciona o fato de que a comunicação governamental deve ser tratada como uma via de mão dupla. Os governos têm o dever de informar os cidadãos sobre suas decisões, mas, além disso, precisam conhecer os anseios da população e estar à disposição para o esclarecimento de quaisquer dúvidas, desta forma, é necessário que sejam criados canais de comunicação adequados para este relacionamento.

Para o melhor desenvolvimento destas atividades é necessário que sejam adotados formatos e canais de comunicação que correspondam a realidade de cada um dos diversos públicos de interesse para a comunicação governamental.

1.3 Comunicação Pública

Relacionada a comunicação governamental, apresentamos questões referentes a comunicação pública, trata que a comunicação pública representa as ações comunicacionais desenvolvidas com o intuito de levar a informação até a população e que isto traga resultados sólidos (COSTA, 2006). Ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação, ou seja, no ambiente de comunicação de interesse público, que engloba: a imprensa, ONGs, judiciário, legislativo, movimentos sociais, executivo, governo, entidades representativas, os próprios cidadãos, entre outros.

A Prefeitura de Palmeira das Missões possui como ferramenta de comunicação governamental um *site* e uma página no *site* de rede social *Facebook*, nestes ambientes ocorre a divulgação de suas ações. Além disso, a impressão de materiais gráficos se deu uma única vez nos últimos três anos, na forma de um informativo que apresentou as obras da administração atual realizadas até aquele momento. Existiu ainda, um programa de rádio da prefeitura, locucionado por radialistas, com o envio de *releases* da assessoria. Já no que se refere a comunicação interna, existe um grupo com funcionários da administração da Prefeitura no aplicativo de mensagens *Whatsapp*, porém – conforme mencionado pela assessora – o mesmo não é utilizado da maneira como deveria, circulando assuntos diversos, que não dizem respeito ao trabalho.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em relação aos procedimentos metodológicos, iniciamos pela pesquisa bibliográfica, fase em que reunimos os materiais necessários para o embasamento de nossa pesquisa. Conforme as pertinentes ideias de Gil (2002, p. 44) “a pesquisa bibliográfica, é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Assim, a partir do arcabouço teórico de autores da área, construímos a base de nosso trabalho.

Na sequência, partimos para a entrevista com a Jornalista responsável pela assessoria de imprensa da prefeitura de Palmeira das Missões. Duarte (2009, p. 62) disserta sobre a entrevista individual em profundidade “[...] técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada”. Desta maneira, a partir das informações fornecidas pela profissional pudemos compreender a realidade vivenciada por esta assessoria para, a partir disso, propormos nossas ideias.

3 BASES DE UM PLANO DIRETOR DE COMUNICAÇÃO

Apresentamos a seguir as etapas iniciais à constituição de um plano diretor de comunicação em referência à Prefeitura de Palmeira das Missões.

3.1 Objetivos do Plano Diretor de Comunicação

É nesta etapa que a intenção da organização deve ficar clara, ou seja, apresentar o que ela realmente é, e/ou como gostaria que seus públicos a vissem, bem como, traz a forma como essas questões serão trabalhadas (TORQUATO, 2002).

A Prefeitura de Palmeira das Missões conta com o serviço de assessoria de imprensa, desenvolvido por uma Jornalista contratada e uma estagiária estudante de Jornalismo. Apesar disso, não há um Plano Diretor ou um Planejamento da Comunicação. Em virtude deste fato, iremos propor um Plano com base nos preceitos da obra de Torquato (2002), aliados à entrevista com a Jornalista da prefeitura, na qual foi possível a identificação de deficiências, as quais um planejamento mais detalhado poderia suprir. Neste sentido propomos os seguintes objetivos:

-
- Fortalecer a imagem da Prefeitura em relação aos cidadãos: este objetivo visa reforçar nos cidadãos a ideia de que a prefeitura está à disposição para a prestação de informações, e não apenas de serviços;
 - Fortalecer o relacionamento entre a comunidade e a Prefeitura: visa que o cidadão além de buscar ações da prefeitura, também possa trazer suas ideias e sugestões, construindo uma comunicação de mão dupla;
 - Criar mecanismos de comunicação interna: objetiva o relacionamento e troca de informações entre a assessoria e os diferentes setores da prefeitura. Uma vez que até então, é somente a assessora que se reporta aos demais funcionários para solicitar informações, não havendo o hábito destes repassarem seus acontecimentos ou anseios;
 - Engajar os públicos internos e externos para mudanças nos canais de comunicação: preparar e incentivar os públicos para aderirem às mudanças.

3.2 Valores

Valores são os princípios que regem uma organização, servindo de base na tomada de decisões. Conforme Souza (2010, p. 27) “Quando claramente estabelecidos, ajudam-na a reagir rápida e decisivamente nas situações inesperadas que se apresentam”. Assim, propomos os seguintes valores à Prefeitura de Palmeira das Missões:

- Ética;
- Responsabilidade;
- Valorização do cidadão;
- Confiança;
- Responsabilidade social;
- Transparência;
- Comprometimento.

Vale lembrar que cada organização vai determinar os valores que mais se encaixam com seu perfil, variando de organização para organização. “O importante é cultivá-los e fixá-los, tornando-os públicos para um maior comprometimento” (KUNSCH 2003, p.

253). A partir desta proposição da estudiosa, consideramos os valores anteriormente mencionados os mais adequados, considerando ainda a realidade do município e da prefeitura em questão.

3.3 Objetivos da Política de Comunicação

Apresentamos aqui os objetivos da política de comunicação, essenciais para o alcance dos propósitos do Plano Diretor de Comunicação, baseados na obra de Torquato (2002):

- Tornar públicos os valores da Prefeitura: assim, a organização conseguirá se posicionar da maneira desejada, com uma identidade positiva, alcançando o reconhecimento da comunidade;
- Esclarecer o real papel da Prefeitura: fazer com que a população tenha clareza das atribuições da Prefeitura para que assim possa buscá-la para solicitar informações e propor ideias, que estejam no âmbito deste Poder;
- Fazer com que os servidores entendam a importância da comunicação entre setores: dessa forma é possível melhorar não só o relacionamento com a assessoria, mas também entre os próprios colegas, criando um ambiente favorável de colaboração;
- Motivar os públicos internos e externos da importância da utilização dos canais comunicacionais para estreitar relações com a organização: sensibilizar os públicos para a participação dos canais existentes, bem como a incorporação aos novos.

3.4 Diretrizes da Comunicação

Apontamos aqui algumas sugestões de orientações ao Plano Diretor de Comunicação, baseadas na obra de Torquato (2002) e entrevista com a Jornalista da Prefeitura:

- Idoneidade: A Prefeitura deve zelar pela competência de seus funcionários, bem como de suas ações e serviços;
- Excelência: Buscar o melhor desenvolvimento possível das atividades de gestão;
- Envolvimento social: Deve buscar sempre ouvir as necessidades e reivindicações dos cidadãos, estreitando suas relações;

- Acompanhamento ambiental: É necessário que a Prefeitura fiscalize e, ao mesmo tempo, sirva de guia para a comunidade, atualizando a mesma sobre questões ambientais e incentivando boas condutas;
- Prestação de contas: Atividade principal da instituição. É fundamental que a população tenha acesso e possa certificar-se de que os gastos públicos estejam sendo corretamente empregados para que a Prefeitura demonstre sua boa índole;
- Conscientização e integração: Reestabelecer a confiança dos funcionários entre si e na Prefeitura – incentivando o trabalho em equipe -, e conseqüentemente, seu comprometimento com os objetivos da instituição, para trabalhar-se com mais segurança e atingir as metas estabelecidas de forma conjunta;
- Incentivar a participação: Engajar funcionários para que estes sejam atuantes nos processos de decisão para que se sintam parte do processo.

3.5 Estratégias

Por fim, trataremos das estratégias para o Plano Diretor de Comunicação destinado a Prefeitura de Palmeira das Missões. Seguindo a mesma linha de raciocínio, utilizamos os pressupostos teóricos de Torquato (2002), aliados aos dados fornecidos pela jornalista em entrevista.

- Implantar modelo integrativo: Utilizar ações e linguagens integradas a fim de diminuir ruídos de comunicação;
- Estabelecer diretrizes: Com a fixação de objetivos e linhas de ação é possível atingir resultados de excelência, de maneira facilitada;
- Desenvolvimento e implantação de sistema comunicacional: Fortalecer e ampliar uma comunicação eficiente, de forma simples, que contemple os seus vários públicos em diferentes fluxos;
- Comunicação interna: incentivar a participação dos funcionários de todos os setores na tomada de decisões e abertura para tratar dos assuntos de interesse da sociedade, uma vez que estes estão em constante contato com ela.

4 ESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO DA PREFEITURA DE PALMEIRA DAS MISSÕES

4.1 Imprensa

A assessoria de imprensa da Prefeitura de Palmeira das Missões realiza a produção de textos no formato de release, divulgados pelos meios de comunicação com notícias de interesse da prefeitura e da população. Mantém assim, um bom relacionamento com os veículos de comunicação do município. Também, atende as demandas dos cidadãos com a prestação de informações e de interação nas mídias sociais.

Os produtos deste setor são:

- Contatos com a imprensa: a assessora mantém contato direto com os meios de comunicação da região, principalmente jornais impressos, visando um bom relacionamento com os mesmos.
- *Release*: a produção de *releases* é feita constantemente pela assessora e estagiária de jornalismo e são enviados aos veículos de comunicação da região via e-mail. Também, são postados no site da Prefeitura e no site de rede social *Facebook*.
- Informes oficiais e comunicados: é feita a produção de notas oficiais esclarecendo determinadas situações. Essas notas são postadas no *site* e no *Facebook* da Prefeitura, quando necessário, enviadas aos meios de comunicação.
- Entrevistas: em alguns eventos.

4.2 Editoração

Pontuamos que a assessoria já desenvolveu o planejamento e execução de um jornal informativo, que foi veiculado no evento "Carijo da Canção Gaúcha" no ano de 2015, que tratava das obras realizadas pelo município de Palmeira das Missões. Esta foi a única edição. Também não faz nenhum tipo de produto da área de editoração.

4.3 Publicidade

Neste segmento, a assessoria não desenvolve nenhum trabalho, apenas faz postagens de campanhas já elaboradas por terceiros.

4.4 Relações Públicas Internas

Internamente a assessoria de imprensa não desenvolve produtos ou ações de integração para funcionários. Existe a utilização do aplicativo *Whatsapp* para o repasse de informações entre funcionários do setor administrativo, porém - conforme mencionado em seções anteriores - o seu uso não é formalizado e não havendo diretrizes de uso, muitas vezes o aplicativo de troca de mensagens é utilizado de maneira inadequada, circulando assuntos que não dizem respeito ao ambiente de trabalho.

4.5 Relações Institucionais

Dentro desta seara, a assessoria de imprensa da Prefeitura de Palmeira das Missões realiza a redação de releases com informações sobre a organização e suas ações que, conforme já mencionado, são veiculados nos espaços da própria Prefeitura (*site* e página no *site* de rede social *Facebook*) e enviados aos meios de comunicação. A assessoria contribui ainda em eventos organizados pela Prefeitura, como por exemplo, a Feira do Livro. Contudo, é importante ressaltar que o trabalho desenvolvido pela Jornalista e pela estagiária se detêm na produção de textos e fotos, sem participação nos processos de organização e planejamento das ações.

4.6 Públicos-alvo

- Sistema Interno: Funcionários da Prefeitura de Palmeira das Missões.
- Sistema Externo: População de Palmeira das Missões - em algumas situações população regional, meios de comunicação da região, instituições, empresas, organizações não-governamentais.

5 PROJETOS

A partir da entrevista realizada com a Jornalista responsável pela assessoria de imprensa da Prefeitura de Palmeira das Missões e dos conhecimentos adquiridos na disciplina de Relações Públicas Governamentais, propomos a seguir projetos de comunicação constituintes deste Plano organizado para o ano de 2017.

5.1 Projetos de comunicação interna

- E-mail

Os secretários devem enviar para o e-mail da assessoria todas as atividades que irão ser realizadas durante a semana, para que desta forma, a assessoria possa organizar seu cronograma de atividades e atender as demandas de todos os setores e que nada passe despercebido.

- Mural de Recados

Implementação de murais dentro das secretárias para a fixação de informações de interesse de todos os funcionários (elaboradas pela assessoria) e específicos de cada setor (organizadas por cada secretário ou secretária).

- Diretrizes de uso do *Whatsapp*

Propõem-se que a assessoria elabore um plano de diretrizes de uso para o grupo de *Whatsapp* do setor administrativo. Por meio deste documento (que deve ser fixado no mural, encaminhado aos endereços de e-mail dos funcionários que fazem parte do grupo e como forma de mensagem no próprio aplicativo) devem estar descritas - de forma simples e direta - os usos e finalidades da ferramenta como um instrumento de auxílio para uma comunicação interna com mais eficiência.

- Jornal interno

Elaborado mensalmente com a finalidade de informar os funcionários sobre o andamento das atividades desenvolvidas pela Prefeitura. Ainda, terá um espaço para mensagens motivacionais e calendarização (aniversariantes do mês, feriados e outras datas comemorativas). O jornal será de uma folha, com informações bem simples e diretas, *layout* atrativo e linguagem facilitada, uma vez que abrangerá todos os funcionários.

- Programa de integração entre funcionários

No dia do amigo acontecerá um momento de integração entre os funcionários em forma de dinâmica, que será da seguinte forma: cada funcionário terá uma folha em branco com o seu nome escrito na parte superior, os demais deverão escrever algo positivo sobre o colega como forma de motivação e admiração para com o outro.

5.2 Comunicação externa

- Cidadão ativo

Criação de um espaço no qual os cidadãos possam se informar sobre o melhor encaminhamento de suas demandas, como por exemplo, para saber qual setor devem procurar para solucionar determinado problema e se sua demanda realmente compete à Prefeitura. Então será disponibilizado um número de telefone e um e-mail para que a população possa fazer esse contato, e uma pessoa específica irá atendê-lo. Além disso, também é possível fazer este encaminhamento pessoalmente.

- Mídia impressa

Espaço específico para a Prefeitura nos jornais de Palmeira das Missões, no qual serão divulgados assuntos de interesse da comunidade. Atualmente, isso é feito somente por meio de *releases* que podem ou não ser publicados pelos veículos impressos e que muitas vezes não são identificados como uma "voz" da própria Prefeitura.

- Programa de rádio

Retomada do informativo da prefeitura na Rádio Palmeira. Escolhemos este veículo pelo fato de atender nas duas frequências AM e FM, e assim ter potencial para atingir um número maior de pessoas. Será realizado semanalmente, apresentado pelo radialista, mas o roteiro elaborado pela assessoria de imprensa da Prefeitura, pois é ela que vivencia o dia-a-dia das informações desta instituição pública.

- Concurso "Sua foto no calendário"

Realização de um concurso para escolha das 12 melhores fotos que representem o município. Será feito um edital, com todas as informações necessárias para a participação da comunidade palmeirense. As fotos serão enviadas para um e-mail específico da campanha. Os participantes podem enviar até duas fotografias e estas deverão ser inéditas. Uma comissão julgadora fará a seleção das 12 melhores imagens e estas irão para a votação popular que definirá as três primeiras colocadas que receberão um simbólico troféu de destaque.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apresentamos neste trabalho um Plano Diretor de Comunicação para a Prefeitura de Palmeira das Missões, uma vez que a mesma apesar de contar com o serviço de assessoria de imprensa, não possui este tipo de planejamento.

Iniciamos pela identificação da organização, por meio de entrevista com a Jornalista responsável pela comunicação da Prefeitura. Após isso, realizamos uma contextualização sobre o Poder Executivo na esfera Municipal, Portal da Transparência, Lei de Acesso à Informação, Comunicação Governamental e Comunicação Pública, relacionados à realidade da Prefeitura em estudo. Na sequência, iniciamos o Plano de Comunicação para Instituição Pública, seguindo o modelo proposto por Torquato (2002), o qual foi subdividido em objetivos do Plano Diretor de Comunicação, valores, objetivos da política de comunicação, diretrizes da comunicação e, por último, estratégias. Em um segundo momento, identificamos e detalhamos como funciona a estrutura de comunicação atual, na sequência apresentamos projetos específicos de comunicação, atendendo às demandas dos públicos internos e externos da instituição pública.

Consideramos que a elaboração deste Plano Diretor de Comunicação assumirá papel de grande importância em duas vias. Em um primeiro momento, a realização deste tipo de estudo constitui uma excelente ferramenta de aprendizado, contribuindo com a formação dos acadêmicos, e posteriormente, com sua atuação profissional. Além disso, este Plano possui reais condições de aplicação, uma vez que é um projeto que prevê ações simples, mas que ao mesmo tempo, podem trazer resultados importantes para a organização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acesso à Informação Governo Federal. Disponível em <www.acessoainformação.gov.br> Acesso em 30 de agosto de 2016.

Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=287055>>. Acesso em: 29 ago 2016.

CENEVIVA, Ricardo. **Accountability: Novos fatos e novos argumentos – uma revisão de literatura recente.** Encontro de Administração Pública. São Paulo: 2006.

COSTA, João Roberto Vieira da. **Comunicação de interesse público**: ideias que movem pessoas e fazem o mundo melhor. São Paulo: Jaboticaba, 2006.

DUARTE, Jorge. **Comunicação pública**.. Disponível em: <<http://www.jforni.Jor.br/forni/files/Comp%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>>. Acesso em: 24 set 2016.

FONSECA JÚNIOR, W. C. In: BARROS, A.; DUARTE, J. (Organizadores). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. 2. São Paulo, SP: Atlas, 2006

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 5. ed. rev. São Paulo: Summus, 2003.

Portal da Transparência do Governo Federal. Disponível em <www.portaldatransparencia.gov.br>. Acesso em 30 de agosto de 2016.

Prefeitura Municipal de Palmeira das Missões. Disponível em: <<http://www.palmeiradasmissoes-rs.com.br/>>. Acesso em: 27 set. 2016

Prefeitura Municipal de Palmeira das Missões. Disponível em: <<https://www.facebook.com/PrefeituraDePalmeiraDasMissoes/?fref=ts>>. Acesso em: 27 set. 2016

RIFFEL, Cristiane Maria; ALBUQUERQUE, Gabriela; SANTANA, Maria Aparecida; **Comunicação governamental ou divulgação governamental?** Um estudo de caso da Prefeitura de Navegantes/SC. In: CONGRESSO ABRAPCORP. Disponível em: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/gt7/gt7_riffel.pdf>. Acesso em: 24 set 2016.

SILVA, Stella Valentim Mendes. **A Arma Secreta da Comunicação Governamental: O Relações Públicas**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0579-1.pdf>>. Acesso em: 24 set 2016.

SOUZA, Daniel L. **Planejamento estratégico em organizações públicas**: Planejamento de longo prazo em organizações públicas com a utilização do Balanced Scorecard e de cenários prospectivos. 2010. 73 f. Monografia (Pós-Graduação em Planejamento Estratégico – Planejamento para Organizações Públicas) – Universidade Gama Filho, Brasília, 2010. Disponível em: <<https://acessoseguro.tcu.gov.br/portal/pls/portal/docs/2507576.PDF>>. Acesso em 21 set. 2016

TORQUATO, G. **Tratado de comunicação Organizacional e Política**. 1 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2002.