

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

VIVIAN BOZA HERNANDEZ

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ASSESSORIAS DE
COMUNICAÇÃO DE PREFEITURAS MUNICIPAIS: UM
ESTUDO SOB A ÓTICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS**

**BAURU
2007**

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

VIVIAN BOZA HERNANDEZ

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ASSESSORIAS DE
COMUNICAÇÃO DE PREFEITURAS MUNICIPAIS:
UM ESTUDO SOB A ÓTICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Exatas e Ciências Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Relações Públicas, sob orientação da Profa. Dra. Sonia Aparecida Cabestré.

**BAURU
2007**

Hernandez, Vivian Boza.

H5571c

Comunicação pública e assessorias de comunicação de prefeituras municipais : um estudo sob a ótica das relações públicas. / Vivian Boza Hernandez. -- 2007. 92 f.

Orientadora: Prof^ª. Dra Sônia Aparecida Cabestré
Trabalho de conclusão de curso (Relações públicas) -

Universidade do Sagrado Coração - Bauru - SP.

1. Comunicação pública 2. Comunicação governamental
3. Relações públicas I. Cabestré, Sonia Aparecida II. Título.

VIVIAN BOZA HERNANDEZ

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO DE
PREFEITURAS MUNICIPAIS: UM ESTUDO SOB A ÓTICA DAS
RELAÇÕES PÚBLICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Exatas e Ciências Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Relações Públicas, sob orientação da Profa. Dra. Sonia Aparecida Cabestré.

Banca examinadora:

Profa. Ms. Tânia Mania Graziadei

Profa. Ms. Marianne Ramalho

Profa. Dra. Sonia Aparecida Cabestré

Bauru, 2007

Aos meus pais que sempre estiveram ao meu lado me apoiando e ajudando a completar mais essa trajetória.

Agradeço aos meus pais, por me apoiarem das mais diversas maneiras durante toda a caminhada;

À minha família pelos momentos de descontração e carinho;

À professora Sonia Aparecida Cabestré pela dedicação, paciência, cobranças e aprendizado;

Aos professores que, ao longo desses cinco anos, dividiram comigo seu conhecimento;

Aos colegas de turma que me acompanharam durante esses anos e principalmente neste semestre tão difícil;

Aos profissionais que colaboraram para o desenvolvimento da minha monografia;

Aos amigos Henrique Barros e Ana Martha Chiaramonte pela companhia e horas de conversa sobre Relações Públicas, ou não...

Obrigada!

RESUMO

A monografia “Comunicação Pública e Assessorias de Comunicação de Prefeituras Municipais – um estudo sob a ótica das Relações Públicas” teve como objetivo desenvolver um estudo sobre a temática da comunicação pública. Priorizou-se, nesse sentido, desenvolver pesquisas, com caráter qualitativo, utilizando a internet, junto a estudiosos da área, assessores de comunicação que têm atuação em prefeituras municipais e sites das prefeituras municipais. Para argumentação teórica, realizou-se pesquisa bibliográfica enfocando conceitos inerentes às áreas de Comunicação Pública (CP), Comunicação Governamental e Comunicação Política, além de destacar os aspectos relevantes sobre Administração Pública. Os resultados revelam que, apesar de, na maioria dos casos, os assessores terem formação acadêmica na área de comunicação, os princípios da comunicação pública ainda não estão fixados e presentes no cotidiano de todos. Não há distinção clara entre CP e os conceitos de comunicação governamental e comunicação/marketing político e isso se reflete nas ferramentas, estratégias e técnicas utilizadas pelas assessorias para realizar a comunicação com seu público alvo. Um exemplo disso é a falta de canais de participação e interatividade com a população, que acaba assumindo um posto apenas de receptora de informações.

Palavras-chave: Comunicação Pública, Comunicação Governamental e Relações Públicas.

ABSTRACT

The study “Public Communication and City Hall Communication Consultanship – a study by Public Relation view” aims to discuss about the Public Communication theme. Qualitative researches were developed, using the internet, with thematic`s students, professionals of the City Hall consultanships and in the sites of the City Halls. For the theoretical argumentation, bibliographical research was made, discussing the concepts of Public Communication, Government Communication and Political Communication, also emphasizing aspects about Public Administration. The results reveal that although, in most cases, the professionals are graduated in communication área, the begginigs of public comununication are still not fixed and present in daily practical. There is no clear distinct between Public Communication and the concepts of Government Communication and Political Communication and it is reflected in the strategies, tools and technics used to accomplish the communication with the public. An example that can be mentioned in this sense is the lack of participation and interactives channels with the population, that keeps a paper of an information receiver.

Palavras-chave: Public Communication, Government Communication, Public Relations.

LISTA DE QUADROS

<u>Quadro 1 – Formação acadêmica</u>	33
<u>Quadro 2 – Área de atuação</u>	34
<u>Quadro 3 – Tempo que trabalha e/ou pesquisa Comunicação Pública</u>	35
<u>Quadro 4 – Modo como avalia a utilidade da comunicação pública nos diferentes cenários do contexto brasileiro (prefeituras/estado/governo federal)</u>	36
<u>Quadro 5 - Relação entre a forma como se pratica Comunicação Pública x eficácia (em termos de acessibilidade por parte da população)</u>	38
<u>Quadro 6 - Comentários sobre democratização da informação x princípios da comunicação pública</u>	40
<u>Quadro 7 - Estratégias que considera mais eficazes em se tratando de comunicação pública e considerando os aspectos culturais, sócio-econômicos e políticos no Brasil</u>	42
<u>Quadro 8 - Avaliação da produção do conhecimento sobre Comunicação Pública e a forma como tem sido socializada/ compartilhada no âmbito das entidades/universidades</u>	44
<u>Quadro 9 - Paralelo entre comunicação pública, comunicação política e comunicação governamental</u>	46
<u>Quadro 10 – Sobre a utilidade dos sites disponibilizados pelos setores públicos no que concerne à prestação de serviços de utilidade pública no Brasil</u>	48
<u>Quadro 11 - Formação acadêmica</u>	53
<u>Quadro 12 - Cargo que ocupa no serviço público/tempo de atuação</u>	54
<u>Quadro 13 - Tempo que trabalha com comunicação pública</u>	55
<u>Quadro 14 - O que entende por comunicação pública</u>	56
<u>Quadro 15 – Modo como avalia a utilização da comunicação no serviço público</u>	59
<u>Quadro 16 - Forma como estão sendo democratizados os princípios da comunicação pública no setor em que atua</u>	61
<u>Quadro 17 - Estratégias que considera mais eficazes em se tratando de comunicação pública, levando-se em conta os aspectos culturais, sócio-econômicos e políticos no Brasil</u>	63
<u>Quadro 18 - Instrumentos utilizados para realizar efetivamente a comunicação com a população no dia-a-dia</u>	65
<u>Quadro 19 – Sobre a utilidade dos sites disponibilizados pelos setores públicos no que concerne à prestação de serviços de utilidade pública no Brasil</u>	67
<u>Quadro 20 – Comentários adicionais</u>	69
<u>Quadro 21 - Identificação dos portais</u>	73
<u>Quadro 22 – Informações oferecidas</u>	73
<u>Quadro 23 – Interatividade</u>	74
<u>Quadro 24 – Interatividade (continuação)</u>	74
<u>Quadro 25 – Promoção</u>	76
<u>Quadro 26 – Promoção (continuação)</u>	77
<u>Quadro 27 – Oferta de serviços</u>	79
<u>Quadro 28 – Oferta de serviços (continuação)</u>	80
<u>Quadro 29 – Organização do site</u>	82
<u>Quadro 30 – Organização do site (continuação)</u>	83
<u>Quadro 31 – Atualidade</u>	82

SUMÁRIO

Introdução	12
Capítulo 1 – Administração Pública e pressupostos inerentes ao estudo	15
1.1 Breve histórico da administração pública.....	15
1.2 Comunicação Pública, Comunicação Governamental e Comunicação Política	21
1.2.1 Comunicação Pública.....	21
1.2.2 Comunicação Governamental.....	25
1.2.3 Comunicação Política.....	27
Capítulo 2 – Apresentação das pesquisas desenvolvidas	31
2.1 Relatório de Pesquisa com estudiosos/pesquisadores da área de Comunicação Pública	31
2.1.1 Justificativa.....	31
2.1.2 Objetivos	32
2.1.3 Metodologia.....	32
2.1.4 Limitações	32
2.1.5 Apresentação dos resultados.....	33
2.1.6 Considerações sobre a pesquisa	50
2.2 Relatório de Pesquisa efetuada com profissionais de comunicação que atuam no serviço público	51
2.2.1 Justificativa.....	51
2.2.2 Objetivos	51
2.2.3 Metodologia.....	51
2.2.4 Limitações	52
2.2.5 Apresentação dos resultados.....	52
2.2.6 Considerações sobre a pesquisa	70
2.3 Relatório de Pesquisa documental realizada em sites de prefeituras municipais	71
2.3.1 Justificativa.....	71
2.3.2 Objetivos	71
2.3.3 Metodologia.....	71
2.3.4 Apresentação dos resultados.....	72
2.3.5 Considerações finais sobre a pesquisa.....	86
Considerações Finais	88
Referências	91
Anexos	95
Anexo 1 – Instrumento de Pesquisa – pesquisadores/estudiosos da área de comunicação pública.....	95
Anexo 2 - Instrumento de pesquisa – profissionais que atuam no serviço público....	96
Anexo 3 – Critérios utilizados para avaliação dos sites das prefeituras municipais ..	97
Anexo 4 – Critérios para avaliação de sites propostos por LIRA (2007)	99
ANEXO 5 - Variáveis para avaliação do nível de utilização da Internet pelos governos municipais e estaduais dos EUA proposto por STOWERS (1999 apud VILELLA, 2003).....	101

Introdução

Introdução

A restauração da democracia e o conseqüente crescimento de novas formas de vivência democráticas despertaram a necessidade de informação voltada para a construção da cidadania. A própria noção de cidadania sofre mudança e começa a ser entendida de forma menos passiva e mais participativa, apreendida como o livre exercício de direitos e deveres, situação para a qual só se está preparado quando existem condições de informação e comunicação. A comunicação é hoje um fator político proeminente e é parte constituinte da formação do novo espaço público (BRANDÃO, 2007, p. 10).

A prática da comunicação pública pressupõe alguns princípios e conceitos básicos. Esse processo só pode ser realizado em sistemas democráticos pois admite e, mais que isso, necessita e exige a participação da sociedade na construção de uma política de comunicação que atenda suas necessidades.

O público-alvo da comunicação pública é extremamente amplo e heterogêneo. Levando-se em conta que o Brasil é um país de dimensões continentais, as diferenças entre as regiões, estados, cidades se tornam ainda maiores. Os aspectos sócio-econômicos também precisam ser considerados na definição de estratégias e ferramentas escolhidas para realizar a comunicação com o público.

Diante deste contexto, o objetivo central deste trabalho foi realizar um estudo teórico-prático sobre a temática da comunicação pública. Dessa maneira, desenvolveu-se pesquisa bibliográfica utilizando autores contemporâneos que têm direcionado estudos para essa área, ao mesmo tempo em que manteve-se contatos, via e-mail, com pesquisadores e assessores de comunicação com atuação em prefeitura municipais, previamente selecionados para o estudo – que manifestaram interesse em participar de um processo de pesquisa, que neste caso, teve caráter qualitativo. Desenvolveu-se também análise de portais públicos, de prefeituras municipais que disponibilizam esse recurso à população.

É importante destacar, que a argumentação teórica enfocou as temáticas da comunicação pública, comunicação governamental e comunicação política, bem como aspectos inerentes à administração pública.

Já as pesquisas qualitativas foram realizadas, através da internet, sendo os estudiosos e pesquisadores de comunicação pública e os assessores de comunicação de prefeituras municipais contatados por e-mail. O critério de escolha dos portais constantes deste estudo, levou em consideração as prefeituras municipais, locais de trabalho dos assessores de comunicação que também foram selecionados para participar da pesquisa mencionada anteriormente.

Com base no exposto, o trabalho encontra-se estruturado da seguinte maneira:

Capítulo 1 – Contextualização sobre administração pública e pressupostos inerentes ao estudo.

Capítulo 2 – Ações desenvolvidas – apresentação dos resultados e discussões das três pesquisas realizadas para obtenção deste estudo.

Apresenta-se a seguir o estudo “Comunicação Pública e Assessorias de Comunicação de Prefeituras Municipais – uma abordagem sob a ótica das Relações Públicas.

Capítulo 1

Capítulo 1 – Administração Pública e pressupostos inerentes ao estudo

Neste capítulo estão abordados aspectos históricos da administração pública, os conceitos de Comunicação Pública, Comunicação Governamental e Comunicação Política, bem como suas interfaces, pontos convergentes e divergentes.

1.1 Breve histórico da administração pública

Neste tópico estão apresentados conceitos relativos à administração pública, serviço público e imagem institucional, destacando aspectos históricos, a evolução do processo e seu contexto atual.

Segundo Haswani (2006), os conceitos distintos de *publicus* e *privatus*, herdados dos gregos pelos romanos não têm lugar na Europa medieval, tomada pelas relações de dominação centradas na casa do senhor, capazes de abranger tudo o que existia, inclusive a organização do trabalho social.

Para Habermas (1984 apud HASWANI, 2006, p. 30):

a representação pública medieval estava imediatamente vinculada à existência do senhor. Não havia uma noção do poder público. A legitimidade do governo era dada pelos atributos pessoais derivados da propriedade da terra ou da linhagem aristocrática. Quando tem início a polarização que antecede a luta da burguesia para firmar-se como alternativa à ordem feudal, lentamente essa visão de público esmaece, dando lugar, no final do século XVIII, à divisão em elementos públicos e privados por parte das autoridades feudais – a Igreja, os príncipes e a nobreza.

A partir desta ruptura, alguns conceitos vão sendo formados. O primeiro deles é o de que *público* passa a ser o Estado, revestido de uma existência objetiva em relação a pessoa que o governa. O segundo refere-se à *distinção entre público e privado* que aparece na Europa, definindo *privat* (alemão), *private* (inglês) e *privé* (francês) como “sem função pública ou oficial”. O terceiro é o de *esfera pública*, em que indivíduos privados se reúnem para discutir questões de interesse público e são capazes de construir e sustentar uma discussão política de caráter crítico. (Habermas, 1984 apud HASWANI, 2006).

A autora afirma ainda que a esfera pública introduzida pela revolução burguesa traz consigo a concepção da participação política e da relação entre

Estado e sociedade. Ela indica a existência de um espaço em que os cidadãos buscam participação política por meio do diálogo racional sobre as questões de seu interesse. A partir da vitória da burguesia sobre os Estados absolutistas, firmaram-se os objetivos deste novo público de mediar a relação entre Estado e sociedade, fazendo com que o Estado, por meio da publicidade disponível, prestasse à sociedade contas do que fazia.

A partir da revolução liberal, a idéia de *público* torna-se intimamente ligada à concepção de Estado e do exercício de sua autoridade (HASWANI, 2006).

No Brasil, a trajetória da colonização se funde à da delimitação dos primeiros conceitos acerca do que é público e privado. Haswani (2006) lembra que, ao chegar ao Rio de Janeiro, D. João VI inaugurou a fase do Império e organizou seu ministério, reproduzindo a estrutura administrativa consolidada em Portugal. Desse modo, o novo governo herdou de Portugal, entre outros vícios, a utilização dos recursos públicos para as necessidades privadas do rei, da elite burocrática do Estado, da nobreza e do clero.

Segundo Faoro (1998 apud HASWANI, 2006), essa mentalidade atravessou as crises políticas geradas pela instabilidade dos primórdios da Independência: surge uma ordem metropolitana, reorganizada no estamento de aristocratas improvisados, servidores nomeados e conselheiros escolhidos, que se superporia a um mundo desconhecido, calado, distante.

Apesar da proclamação da república e das mudanças nos sistemas políticos, a utilização da máquina pública não se alterou de maneira profícua. Tem-se, portanto, um cenário favorável à reformas e reestruturação do aparelho do Estado.

Pereira (1995) avalia a crise do aparelho estatal, que já sofria cronicamente do clientelismo e da profissionalização incompleta, mas que a partir da Constituição de 1988 vai sofrer do mal oposto: do enrijecimento burocrático extremo. Para o autor, a consequência dos dois males é a ineficiência e a má qualidade da administração pública central e dos serviços sociais do Estado.

A administração burocrática clássica, que tem origem no sistema militar prussiano, foi implantada no Brasil em 1935, com a reforma administrativa promovida por Maurício Nabuco e Luís Simões Lopes. Foi adotada para substituir a administração patrimonialista, na qual o Estado era percebido como propriedade do rei, e na qual, portanto, o nepotismo e o empreguismo, senão a corrupção, eram a norma. O regime capitalista e as democracias parlamentares demonstraram-se

incompatíveis com esse tipo de administração que não distinguia o público do privado (PEREIRA, 1995).

Quanto às diferenças entre a antiga e a moderna administração pública, Pereira (1995, p. 3) assim se posiciona:

A administração pública antiga desconfia do funcionário, desconfia de todos, enquanto que a Administração moderna parte do pressuposto em que já chegamos a um nível cultural em que o administrador público, que o funcionário público tem competência para se autogerir, que é em princípio honesto, e que deve ter autonomia para administrar a coisa pública. Será fiscalizado, sim, mas não através de um rígido e formalizado controle de processos, que torna a administração necessariamente ineficiente, mas através dos resultados alcançados.

Desenvolveu-se então a administração burocrática, baseada em administradores profissionais, em carreiras bem definidas, na centralização das decisões, na hierarquia traduzida no princípio da unidade de comando, na forma piramidal das organizações, em normas e rotinas rígidas, no controle dos processos administrativos - processos de contratação de pessoal, de atendimento de demandas, de concorrência nas compras realizadas pelo Estado (PEREIRA, 1995)

Neste contexto, Pereira (1995) constata que esse tipo de administração foi adotado porque era uma alternativa muito superior à administração patrimonialista do Estado, porque era a melhor forma de reduzir, senão eliminar, o empreguismo, o nepotismo e a corrupção. Entretanto, logo se percebeu que, se era uma maneira segura de administrar, não era uma forma eficiente, já que não garantia nem um custo baixo para a administração pública nem uma qualidade adequada dos serviços prestados ao público. Verificou-se que a administração burocrática é lenta, cara, e pouco ou nada orientada para a cidadania.

O autor destaca ainda que a Constituição de 1988 ignorou completamente as novas orientações da administração pública, pois “não perceberam que as formas mais descentralizadas e flexíveis de administração, eram uma resposta à necessidade de o Estado voltar-se para os serviços sociais, para o atendimento do público” (PEREIRA, 1995, p.4)

“O Estado [...] existe para servir os cidadãos-contribuintes, que exigem, em troca dos impostos obrigatórios que pagam, um serviço à altura” (PEREIRA, 1995, p. 4).

Para o autor, o termo “prestação de serviços à população” pode ser definido como a execução das decisões emanadas do governo. Suas funções são cuidar da educação, da pesquisa, da saúde pública, da cultura, e da seguridade social. São funções que também existem no setor privado e no setor público não-estatal das organizações sem fins lucrativos.

Habermas (1984, apud DECKER e MICHEL, 2007, p.10) afirma que “o estado é o ‘poder público’. Ele deve o atributo de ser público à sua tarefa de promover o bem público, o bem comum de todos os cidadãos”. Dessa forma, todas as organizações públicas fazem parte do estado, por sua vez, têm a tarefa de promover o bem público a todos os cidadãos.

No setor de serviços o importante é a qualidade dos serviços prestados aos cidadãos. O princípio norteador é o da eficiência, ou seja, de uma relação ótima entre qualidade e custo dos serviços colocados à disposição do público.

Pereira (1995) conclui que para alcançar esses objetivos será preciso continuar a aprofundar a administração burocrática-clássica naquilo que ela tem de mais positivo: a profissionalização do serviço público, protegendo-o contra o clientelismo e a corrupção. No entanto, é necessário também combater os excessos desse tipo de administração, que a tornam lenta e cara: a rigidez, o formalismo, a desconfiança nas pessoas, o controle centrado nos processos ou procedimentos.

Estas mudanças não se fazem apenas para atender o interesse público e o da cidadania, mas em benefício do funcionário. Todo servidor competente e trabalhador, que valoriza seu próprio trabalho, será beneficiado. Saberá que está realizando uma tarefa necessária. E, ao mesmo tempo, readquirirá o respeito da sociedade - um respeito que foi perdido quando uma minoria de funcionários desinteressados estabeleceu padrões de ineficiência e mau atendimento para todo o funcionalismo.

Essa abordagem de Pereira remete à reflexões a respeito da temática da imagem institucional, conceito de extrema importância a ser trabalhado em qualquer tipo de organização atualmente, quanto mais no serviço público.

Para Decker e Michel (2007) todas as técnicas e estratégias de comunicação utilizadas pelas organizações têm o objetivo principal de cumprirem com sua função social e, assim, construírem uma boa imagem organizacional, para que, a partir dela, a organização seja legitimada pela opinião pública, em síntese, pela sociedade. Na sociedade atual uma imagem ruim pode acabar com uma organização.

Imagem é um termo que reporta a muitas interpretações. Diferentes autores interpretam esse tema a partir de olhares diferentes sobre o objeto. Contudo, a imagem pode ser vista também como a forma como as outras pessoas vêem alguma coisa, alguma pessoa, ou alguma organização. Essa imagem é formada por todas as informações que são obtidas do objeto, por exemplo: visual, discurso e ação. Essa imagem não é tangível, ela é diferente de pessoa para pessoa. Com essa diferenciação a imagem pode ser interpretada como visual ou conceitual.

A imagem institucional não é algo independente. Ela depende de todos os setores da organização para que seja plena. Ou seja, para que se tenha uma boa imagem institucional é necessário que todos os setores da empresa estejam bem relacionados com os seus públicos. Para que isso ocorra, a organização deverá trabalhar com um planejamento estratégico de comunicação, desenvolvendo políticas de comunicação que administrem a produção e os fluxos de informação dentro do ambiente organizacional. Por isso, a satisfação dos públicos da empresa deve ser alcançada e as chefias devem manter o discurso uniforme.

Baldissera (2000, apud Decker e Michel, 2007, p.3) conceitua imagem como:

o modo como os públicos vêem a organização, isto é a idéia, a percepção que eles tem da organização. Os públicos constroem a imagem, seja positiva ou negativa, mediante um processo de elaboração que contempla a relação de suas experiências com as informações avindas, oficialmente ou não, da organização. Portanto, não são, necessariamente, condizentes com a realidade ou os objetivos de uma organização.

Já Torquato (2002, p. 104) faz uma relação entre identidade e imagem. O pesquisador afirma que a identidade é entendida como a soma das características físicas fundamentais do produto ou da organização, "amalgama de ingredientes que formam sua personalidade e sua composição[...]". A identidade ao ser construída leva em consideração valores e critérios, referindo-se ao "plano dos conteúdos lógicos, concretos, apreendidos pelo nível do consciente". Quanto à imagem, Torquato destaca que esta é a projeção pública da identidade, e está no "plano dos simbolismos, intuições e conotações apreendidos pelo nível do inconsciente". Ele conclui o pensamento da seguinte forma: "A identidade se projeta na imagem".

Para Haswani (2006, p.27):

falar de comunicação pública estatal no Brasil de hoje quer dizer enfrentar a dinâmica de um processo social amplo, que envolve atores e contextos, se a abordagem for a da relação entre o Estado e os cidadãos, relação que se apresenta como confronto, na perspectiva de reconstruir, seja o sentido do Estado, seja o de cidadania. No entanto é justamente esta crise de legitimidade um dos fatores capazes de impulsionar mudanças: o Estado deve enfrentar um processo de reconstrução da sua identidade, de modo a parecer confiável e crível; os cidadãos têm a oportunidade de protagonizar um processo de mudança social que tenha no centro a renovação institucional.

Tal processo implica a reconstrução dos mecanismos sobre os quais se sustenta a confiança no Estado como expressão e tutela do interesse da coletividade. Transparência, participação, eficiência e eficácia tornam-se, portanto, as palavras de ordem para redesenhar a imagem e o governo das instituições e suas modalidades de relacionamento com os cidadãos. A ação dos poderes públicos vem, deste modo, sendo redefinida em torno do conceito de serviço público e de bem público (HASWANI, 2006).

Nessa conjuntura, falar da relação entre as instituições e os cidadãos significa considerar um cenário complexo que mostra uma pluralidade de sujeitos em ação. As administrações públicas são hoje uma realidade em movimento, heterogêneas no seu interior. Não se pode falar de um sujeito institucional, mas dos processos em ação no interior de um contexto articulado e mutante, processos que se diversificam nos âmbitos territoriais e institucionais diversos e que clama por competência, profissionalismo e capacidades aprimoradas. De outro lado, falar dos cidadãos significa igualmente referir-se a uma realidade complexa e heterogênea. De fato, hoje, eles são melhor representados nas estruturas associativas organizadas da sociedade civil, que têm sido mais competentes que o estado na defesa dos direitos sociais.

Segundo Torquato (2002, p.83):

Na administração pública, a mentalidade é muito arcaica. Parcela significativa dos funcionários públicos do Brasil pensa de maneira ortodoxa, considera suas repartições um baú velho, e seu trabalho, uma obrigação. Estão ali, mas adormecem mental e psicologicamente no serviço, como se fossem extensões das máquinas. Não se entusiasma e não usam a criatividade. A comunicação, portanto, padece dessa mazela, a doença da acomodação, a paralisação da malha pública. As instituições públicas são máquinas burocráticas, frequentemente inertes,

paquidérmicas, sofrendo a comunicação com os efeitos das estruturas obsoletas. O desafio da comunicação na instituição pública é aproximar seus serviços da sociedade. Ocorre que a comunicação sozinha não faz milagres. Se o serviço público é ruim, a comunicação não vai consertar a imagem da administração.

Pode-se inferir, no entanto, que as transformações no Estado brasileiro não serão possíveis sem que a comunicação seja tratada como ferramenta estratégica nas relações do organismo estatal com a sociedade.

Para fundamentar essa afirmação e dar continuidade ao embasamento teórico deste estudo, aborda-se a seguir, os conceitos relacionados à Comunicação Pública, Comunicação Governamental e Comunicação Política.

1.2 Comunicação Pública, Comunicação Governamental e Comunicação Política

Vale ressaltar, que esses conceitos e práticas têm caráter público, e por isso as informações, na sua concepção e veiculação, deveriam estar sempre comprometidas com a verdade e apresentadas de maneira transparente e pontual.

1.2.1 Comunicação Pública

Segundo Brandão (2007), o conceito de Comunicação Pública, encontra-se ainda em processo de construção, considerando-se que a expressão vem sendo usada com múltiplos significados, dependendo do país, do autor e do contexto em que é utilizada.

Matos (2006, p.62), em uma análise do uso da expressão Comunicação Pública destaca que, desde o início do século XX “o conceito esteve relacionado com a comunicação estatal e a implantação da radiodifusão e, mais tarde, da televisão pública”.

Complementando, Duarte (2007, p.59) assim se posiciona:

embora toda comunicação possa ser considerada pública, o esforço de caracterizar a expressão com um significado específico faz com que às vezes seja usada para referir-se aos veículos públicos, tratada como a estrutura técnica das redes de tv e rádio, em alguns casos como comunicação governamental, ou ainda

como sinônimo do conjunto de instrumentos originários da Administração Pública.

Definir o conceito de Comunicação Pública se faz necessário para que, na prática, esse processo seja efetivamente realizado, ao mesmo tempo em que possibilita esclarecer as diferentes interpretações em relação aos conceitos de Comunicação Governamental e/ou Marketing Político.

Neste sentido, Matos (2006, p.62 apud DUARTE e VERAS, 2006) expõe o trecho do Glossário de Comunicação Pública como referência para os estudos neste campo:

Matos e Brandão fazem uma releitura dos conceitos e apresentam uma versão que congrega os principais pontos, que são: a participação do Estado, do Governo, da sociedade e do Terceiro Setor, a localização na esfera pública e a fundamentação no interesse público. Matos define Comunicação Pública como 'processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade, um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país'. A autora relaciona Comunicação Pública com democracia e cidadania e pensa a comunicação pública 'como um campo de negociação pública, onde medidas de interesse coletivo são debatidas e encontram uma decisão democraticamente legítima'. Na mesma direção, Brandão define 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.

É importante destacar que o estado tem como papel fundamental a tarefa de realizar e coordenar ações de interesses públicos e privados - sempre em busca da satisfação das necessidades da comunidade.

Um dos caminhos é estabelecer uma política de comunicação que corresponda às necessidades daqueles que serão beneficiados com os diferentes tipos e níveis de informação. As pessoas têm direito à informação e o governo tem o dever de informar. Entretanto, a principal falha dos governos em geral é a falta de informações.

Brandão (2007) argumenta que a Comunicação Pública se faz no espaço público, sobre temas de interesse público. É a informação cívica e que inclui

*accountability*¹. Ela emerge como fator estratégico para a plena vivência da democracia.

No entanto, a adoção de uma “política de portas abertas” nem sempre permite ao cidadão comum conhecer e participar da administração pública. Geralmente, o formato adotado é uma “vitrine de informações” que não permite opiniões, discussões e sugestões.

Na prática da Comunicação Pública, a informação deve estar voltada para a construção da cidadania, para os direitos e deveres da população: esta tem o direito de ser informada, mas também precisa exercer sua participação cobrando seus governantes, expondo opiniões. É um processo que exige a participação da sociedade, não somente como receptora da informação, mas também como parte integrante de sua produção, visando seu direito à cidadania e ao exercício democrático.

A participação da comunidade deve ser de forma ativa, não apenas por meio da realização de pesquisas para consultar a aprovação do governante, mas sim de forma a opinar sobre melhorias a serem realizadas.

Sob esta ótica, Brandão (2007) apresenta as duas funções principais da Comunicação Pública: comunicação como garantia da cidadania, que visa estabelecer fluxo de comunicação entre o governo e a sociedade e a comunicação como expressão da Opinião Pública – saber o que de fato interessa à população para direcionar ações.

A Comunicação Pública não se instaura unilateralmente. É um processo de construção baseado na autenticidade e na transparência das informações disseminadas. Este processo só pode se manter baseado na convergência do esforço das várias instâncias que compõem o poder público. Neste sentido, promove o fluxo de comunicação entre as necessidades da sociedade e aquelas disponíveis nas instituições públicas que são, por natureza, as portadoras do interesse geral. (BRANDÃO, 2007)

Grandi (2002 apud HASWANI, 2006) articula sua proposta de delimitação do conceito de comunicação pública a partir do postulado de Lasswell – *quem diz o quê, em que canal, a quem e com que efeito*:

¹ O termo *accountability* não possui ainda tradução para o português. Seu significado será explicitado no decorrer do estudo.

- *Quem* – a comunicação da instituição pública é aquela realizada pela administração pública (ou ente público ou serviço público); esta atribuição deve poder ser operada por qualquer um, mediante a presença, explícita e clara, da assinatura da fonte;
- *Diz o quê* – divulga a produção normativa, as atividades, a identidade e o ponto de vista da administração;
- *Por meio de que canais* – utiliza, possivelmente de maneira integrada, todas as mídias disponíveis;
- *A quem* – aos cidadãos ou às organizações, quando se apresenta como comunicação externa direta; aos meios de comunicação de massa, quando quer atingir os cidadãos e as organizações que constituem a audiência destes meios; a quem atua, como público interno, nas instituições públicas, quando se apresenta como comunicação interna;
- *Com que efeitos* – garantir aos cidadãos o direito de informação (principalmente aquele direito de se informarem e de serem informados); construir e promover a identidade do ente público para reforçar as relações entre os subordinados e a administração, de um lado, e entre os cidadãos e seus semelhantes, de outro; oferecer aos cidadãos a possibilidade de exprimir de maneira ativa e substancial os direitos de cidadania a fim de se tornarem co-responsáveis pela solução dos problemas de interesse geral; produzir uma mudança radical de mentalidade interna da administração pública, que deverá ter a comunicação como recurso estratégico para a definição das relações com os cidadãos. (GRANDI, 2002 apud HASWANI, 2006, p. 34)

Essa análise vem ao encontro dos conceitos trabalhados até então, nos quais a comunicação pública é identificada como um processo que pressupõe a participação da população e que visa a construção da cidadania.

Complementando os estudos sobre comunicação pública, há que se incluir, conforme destacado anteriormente, o conceito da *accountability*. Para Coelho (2000 apud OLIVEIRA, 2003, p. 6)

Uma pessoa ou instituição é *accountable* quando é responsável por decisões e pelas conseqüências de suas ações e inações, e o de, portanto, ser um exemplo para outros. Aquele que é *accountable* aceita a responsabilidade e mantém sua integridade, evitando a “aparência de improbidade” e resguardando (no caso de uma organização) sua reputação.

Ainda nas palavras do autor, “a sociedade espera que *accountable* seja um modelo de responsabilidade moral”. Oliveira (2003) infere *accountability* como um termo próximo da noção de comprometimento social, envolvendo todos os aspectos que dela decorrem. Portanto, ser considerado *accountable* é contar com alto nível de credibilidade perante a sociedade e os mais

diversos públicos e isso é desejável, para não dizer indispensável às instituições públicas.

As relações públicas estão inseridas no contexto da Comunicação Pública na medida em que, para que esta seja realizada de forma eficaz, é necessário criar espaços de participação e canais para comunicação com a população, gerar envolvimento com os públicos, promover a transparência e a credibilidade.

1.2.2 Comunicação Governamental

O atual modelo de comunicação governamental teve início na década de 70, durante o Regime Militar e tinha como objetivo projetar uma imagem positiva do Governo, com forte cunho nacional.

Segundo Brandão (2007, p.10), “a comunicação governamental no Brasil foi, historicamente, de natureza publicitária, isto é, de divulgação de suas ações e utilizou preferencialmente a propaganda com veiculação na grande mídia”. Em um segundo momento tornou-se também educativa em situações bem específicas em que se confundia com o apelo cívico.

Ainda segundo a autora, as mudanças no cenário político do país, impulsionaram as transformações na comunicação de origem governamental, tendo essa adquirido um caráter de comunicação pública, no sentido de ter como objetivo informar o cidadão, exercendo o papel de instrumento de uma relação aberta e franca do governo com a população.

Neste sentido, Brandão (2007) destaca que a comunicação governamental pode ter a preocupação também de despertar o sentimento cívico; informar e prestar contas sobre suas realizações, divulgando programas e políticas que estão sendo implementadas; motivar e educar, chamando a população para participar de momentos específicos da vida do país; proteger e promover a cidadania e convocar os cidadãos para o cumprimento dos seus deveres.

Para Matos (1999 apud Silva et. al 2006, p. 7), Comunicação Governamental

se refere a redes de comunicação formais inseridas nas organizações públicas, e que têm como tarefa difundir junto à opinião pública, questões ou temas significativos que ocorrem na esfera governamental – visando o conhecimento e a participação do cidadão. Seu traço distintivo é a persuasão, principalmente através do mecanismo de propaganda ideológica.

Já Torquato (2002) define Comunicação Governamental como uma rede formal e estruturada de comunicação, instaurada no interior das organizações governamentais, com o objetivo de levar informações à opinião pública. Envolve toda a área de comunicação social (Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda) e os mais diferentes canais de comunicação (outdoor, cartazes, rádio, televisão etc).

O autor destaca ainda que um sistema de comunicação governamental deve ter por objetivos criar as bases e gerar condições que permitam ao governo um sólido, profícuo e eficaz relacionamento com a sociedade; estabelecer climas e situações que proporcionem o desenvolvimento normal de suas ações e projetos; propiciar a criação de fluxos de comunicação, do governo para os segmentos sociais e desses para o governo, de forma a favorecer o sentido de participação da sociedade na obra governamental; dar unicidade aos programas, evitando parcializar e fragmentar a obra governamental.

Para Brandão (2007, p.6)

A Comunicação governamental é a praticada por um determinado Governo, visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social. É uma forma legítima de um Governo se fazer presente perante a população, uma espécie de lobby junto à opinião pública.

Pela característica de seus conteúdos e da grande parcela de público que pretende alcançar, a maioria dos instrumentos utilizados pelo governo para realizar sua comunicação faz parte da “grande mídia” - televisão, rádio, *web* e impressos (BRANDÃO, 2007). Entretanto, mais recentemente começa a ser reconhecida a necessidade de se utilizar outros recursos, ferramentas e veículos adequados a cada segmento da população. Deve-se levar em conta que se trata de um público muito abrangente e heterogêneo, e considerar estes aspectos na escolha de estratégias para atingi-lo, tem se tornado cada vez mais determinante.

A Comunicação Governamental está ligada também à realização de pesquisas de opinião pública, que proporcionam um *feedback* da população, propagandas e prestação de contas à população. Neste contexto, as pesquisas de opinião pública são empregadas geralmente para medir o índice de aprovação do governo e utiliza as insatisfações públicas como termômetro para pequenas mudanças. A preocupação se concentra na questão da imagem e não com a identidade com a população.

O trabalho de relações públicas no governo vem ao encontro das diretrizes aqui expostas, no sentido em que o profissional está qualificado para atuar em diversas instâncias como pesquisa, comunicação estratégica, comunicação interna, externa e direta com o público alvo, além de dominar técnicas para trabalhar a imagem e a identidade das organizações.

Neste contexto, Andrade (1982) interpreta como Relações Públicas Governamentais o esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração pública, para estabelecer e manter uma mútua compreensão entre governantes e governados. É o método de ação que, através do diálogo planejado e permanente entre as partes, procura determinar o interesse social.

Atualmente, o que mais se destaca, no entanto, são o Marketing Social e o Marketing Institucional, com o objetivo apenas de dar visibilidade às ações do governo, promovendo sua imagem com práticas assistencialistas e pontuais, aproximando o conceito da comunicação governamental do marketing político.

1.2.3 Comunicação Política

Por política entende-se a arte da negociação, um modo de se chegar ao entendimento e a um consenso de forma argumentativa. Para que exista a política é necessário que haja uma paridade inicial entre os sujeitos e um conflito, uma diferença de interesses sobre questões do concernimento comum. Desta forma, a política se constitui em seu meio (a sociedade democrática), como uma negociação argumentativa dos conflitos com o objetivo de se chegar a um consenso da maioria da sociedade (RIGITANO, 2007).

Quanto à comunicação política, trata-se de uma forma de promoção de um partido, um político ou um governo quando quer levar ao conhecimento da opinião pública suas atividades e posições.

Parés I Maicas (1992 apud DORNELLES, 2002) afirma que “por comunicação política devemos entender a relação entre a comunicação social e a política”. O autor, ao deter-se a analisar mais profundamente a comunicação em sistemas pluralistas e democráticos, defende a idéia de que esse fenômeno comunicacional só se concretiza como um todo em sistemas políticos baseados num processo aberto de informação e na economia de livre mercado. (DORNELLES, 2002)

Já Matos (2006) entende por Comunicação Política a busca por atingir a opinião pública com métodos publicitários, buscando respostas rápidas e efeitos imediatos, que possam ser auferidos nas pesquisas e que sempre se mostram efêmeros. Esse tipo de comunicação utiliza-se ainda de estratégias de marketing institucional e político, da mídia na competição por resultados eleitorais e/ou político-partidários e freqüentemente serve como instrumento de gestão de um processo social complexo, imprevisível e de difícil planejamento.

A Comunicação Política tem ainda relação com marketing político, aquele que procura criar a imagem de um político ou de um partido, através de métodos mais persuasivos.

Para Oliveira (2003) a comunicação política, que ainda é a mais praticada nos dias de hoje, utiliza essencialmente técnicas de marketing, que definem os assuntos e o formato como eles são apresentados ao cidadão.

Para Parés I Maicas (1992 apud DORNELLES, 2002), a denominação comunicação política em países autoritários e de regime de ditadura trata de proteger a ideologia do grupo político dominante, com seus correspondentes interesses. O autor afirma que, nesse cenário, a informação é transformada em propaganda, utilizando-se de ações que se apóiam na desinformação, censura e completo controle dos meios de comunicação e dos profissionais da área jornalística.

É nessa configuração de espaço público que esse autor enumera os principais atores desse processo: os políticos, os cidadãos, os grupos de interesse ou de pressão, os meios de comunicação, os profissionais da informação – jornalistas, publicitários e relações públicas – e a opinião pública – por meio das sondagens de opinião.

Weber (2000, apud DORNELLES, 2002) afirma que, quando dirigida pela democracia, a comunicação expõe o governo e estabelece entendimentos com a sociedade, ocorrendo situações de fiscalização desta, pelas mídias, por organizações e instituições das mais variadas origens. Já Parés I Maicas (1992 apud DORNELLES, 2002) diz que todas as mensagens de comunicação, principalmente aquelas veiculadas pelas mídias, e que estejam diretamente relacionadas com a dinâmica política da sociedade, além de ficarem expostas a uma repercussão pública, em princípio, possuem sempre um componente persuasivo e até manipulador. Por essa razão, podem adotar a forma de informação orientada e intencional – sendo difícil diferenciá-la da propaganda -, ou de propaganda política, assim como utilizam com frequência as técnicas de relações públicas e da publicidade.

Zémor (1995 apud MONTEIRO, 2007) observa que estabelecer a fronteira entre comunicação política, governamental e pública é uma questão delicada, devendo-se então levar em conta três aspectos:

- o tempo de duração de uma instituição pública é mais longo do que o do exercício do poder por quem ocupa um cargo político ou um mandato eleitoral
- o cidadão é também um eleitor
- os debates públicos acontecem no âmbito do Legislativo.

A comunicação no âmbito público tem já seu espaço cativo, no entanto ainda é preciso que os conceitos sejam trabalhados objetivando o estabelecimento de parâmetros que possam ser levados para além dos contornos teóricos e que se efetive na prática diária da comunicação na esfera pública.

Considerando tais pressupostos, apresenta-se a seguir o relato das pesquisas desenvolvidas com estudiosos da área, assessores de comunicação e site de prefeituras municipais.

Capítulo 2

Capítulo 2 – Apresentação das pesquisas desenvolvidas

Neste capítulo estão apresentados os resultados das três pesquisas qualitativas desenvolvidas ao longo do estudo.

A escolha pela ferramenta da pesquisa qualitativa se deu por se tratar de um método que proporciona um maior aprofundamento das questões e estar revestido de uma riqueza de detalhes não encontrados em outros métodos.

Levando-se em conta que a maioria dos participantes das duas primeiras pesquisas não reside na cidade de Bauru ou região, optou-se pelo envio e recebimento de roteiros estruturados pela internet.

Para a realização da terceira pesquisa, utilizou-se também a internet, à medida que foram coletadas, sistematizadas e analisadas informações disponíveis em sites de prefeituras municipais.

Apresenta-se na seqüência os relatórios de cada pesquisa realizada.

2.1 Relatório de Pesquisa com estudiosos/pesquisadores da área de Comunicação Pública

2.1.1 Justificativa

A produção acadêmica em torno da temática da comunicação no serviço público é relativamente recente e está em ritmo de crescimento.

Os estudos nesta área precisam ser cada vez mais aprofundados e difundidos tanto no âmbito acadêmico como na prática diária das esferas públicas, para que a comunicação possa ser percebida como fator estratégico, favorecendo assim a democracia e os avanços do país.

Segundo Matos (1988, apud MATOS, 2007, p. 48):

não estamos tratando das políticas de comunicação como forma de controle e regulamentação ou desregulamentação da propriedade e da utilização dos meios e tecnologias de comunicação. Referimo-nos aqui às normas, princípios e rotinas da comunicação social do governo, explicitadas ou não em suportes legais que visem regulamentar as comunicações internas e externas do serviço público. (...) consideramos que a comunicação pública envolve também a resposta do cidadão a iniciativas no fluxo das relações comunicativas entre o Estado e a sociedade.

Provocar debates e reflexões sobre o tema torna-se então a forma mais eficaz de estabelecer conceitos, estratégias e parâmetros para a comunicação pública e, tendo em vista este objetivo, foi realizada esta pesquisa.

2.1.2 Objetivos

Detectar aspectos relevantes sobre comunicação pública, comunicação governamental e comunicação política sob a ótica de estudiosos e pesquisadores da área, bem como aprofundar a discussão em torno das peculiaridades da comunicação no âmbito público.

2.1.3 Metodologia

Primeiramente foi elaborado um roteiro contendo dez tópicos sobre questões relacionadas à comunicação. Selecionou-se, então, oito estudiosos da área, de acordo com sua trajetória e experiência no setor público, para os quais o roteiro foi enviado. Tanto o envio como o recebimento foram realizados por e-mail. Desse total, seis retornaram com as respostas.

Todos os participantes são graduados, especialistas, mestres e doutores na área de comunicação social e atuam diretamente com a temática da comunicação pública, seja na área acadêmica ou em diferentes setores do governo.

O roteiro foi estruturado levando-se em conta questões relevantes para o estudo, como a utilização da comunicação pública nas diferentes esferas do setor público, estratégias eficazes, diferenças de abordagem entre comunicação pública, política e governamental e a participação dos portais dos setores públicos no contexto atual.

2.1.4 Limitações

A impossibilidade de realizar entrevista em profundidade com os participantes devido a problemas de distância e falta de recursos, foi um fator limitante. Entrevistar autoridades no assunto pessoalmente seria, sem dúvida, mais enriquecedor.

Como foi dito anteriormente, dois pesquisadores não responderam ao roteiro.

2.1.5 Apresentação dos resultados

Após o recebimento por e-mail dos roteiros devidamente respondidos pelos participantes, as informações foram sistematizadas em quadros para facilitar a visualização e a análise do conteúdo.

Cada quadro corresponde a um tópico do roteiro e contém as respectivas respostas dos participantes.

Quadro 1 – Formação acadêmica

Participantes da pesquisa	Descrição das respostas
Pesquisador 1	Graduação: Relações Públicas, Mestrado: Comunicação social, Doutorado: Ciências da Comunicação.
Pesquisador 2	Comunicação Social. Na minha época não tinha “habilitação”, sou muito antiga mesmo!
Pesquisador 3	Sou formada em jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora. No entanto, muito cedo, mesmo antes de iniciar minha vida acadêmica, trabalhei como Relações Públicas numa Galeria de Arte, em Juiz de Fora e nunca mais me afastei da área de RP. Tenho mestrado e doutorado pela USP em Ciências da Comunicação e fiz pós doutorado em Comunicação Política na Université Stendhal , na França.
Pesquisador 4	Jornalista, relações públicas, mestre e doutor em comunicação social.
Pesquisador 5	Bacharel da área de Relações Públicas, com especialização (curso Lato Sensu) em Administração de Marketing. Sou Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação.
Pesquisador 6	Relações públicas e advogada (área Direito Administrativo) - formada pela Universidade de Brasília-UnB, com duas Especializações em Direito (processo) e um Mestrado em Comunicação Política (UnB).

Todos os respondentes da pesquisa possuem formação na área de comunicação, além de especializações e titulações de mestrado, doutorado e pós-doutorado. Desta forma, possuem experiência e vivência em relação à temática do presente estudo.

Esse fato corrobora a autoridade e propriedade com que esses profissionais e pesquisadores podem discorrer sobre o assunto que norteia o tema em questão, contribuindo no embasamento e desenvolvimento das considerações a seguir.

Quadro 2 – Área de atuação

Participantes da pesquisa	Descrição das respostas
Pesquisador 1	Senado Federal - Secretaria de Pesquisa e Opinião Pública
Pesquisador 2	No momento, coordeno a pós-graduação do IESB.
Pesquisador 3	Comunicação política e comunicação pública.
Pesquisador 4	Governo.
Pesquisador 5	Atualmente tenho me dedicado mais à carreira acadêmica, apesar de também ser consultora em Comunicação.
Pesquisador 6	Trabalho como Relações Públicas, na Secretaria de Pesquisa e Opinião Pública do Senado Federal.

Os participantes, em sua maioria atuam diretamente na esfera pública, trabalhando com comunicação e atividades de relações públicas. Deste modo, agregam a experiência da prática neste campo ao conhecimento adquirido na academia.

Quadro 3 – Tempo que trabalha e/ou pesquisa Comunicação Pública

Participantes da pesquisa	Descrição das respostas
Pesquisador 1	Trabalho com o conceito de Comunicação Pública desde 1991, quando iniciei o mestrado.
Pesquisador 2	Quase 10 anos
Pesquisador 3	Desde que entrei na vida acadêmica na década de 70. Além de atuar como professora e pesquisadora, também trabalhei na área governamental.
Pesquisador 4	Trabalho há 17 anos, pesquiso há cinco.
Pesquisador 5	Comecei a tratar de Comunicação Pública em 2001, durante a elaboração de minha tese de doutorado. Porém, desde 1989 ministrava aulas de Relações Públicas Governamentais, o que permitiu iniciar um processo de avaliação da comunicação não apenas de governo, mas de interesse público.
Pesquisador 6	Desde 1998.

A comunicação pública está presente no cotidiano dos participantes já há bastante tempo, levando-se em conta que os estudos em torno da temática são relativamente recentes.

Todos os pesquisados possuem publicações em livros, artigos e participações em Congressos acerca da temática, reforçando a credibilidade dispensada aos participantes, quando selecionados para serem os respondentes desta pesquisa.

Quadro 4 – Modo como avalia a utilidade da comunicação pública nos diferentes cenários do contexto brasileiro (prefeituras/estado/governo federal)

Participantes da pesquisa	Descrição das respostas
Pesquisador 1	A comunicação pública é fundamental para que se estabeleça o relacionamento entre o estado e a sociedade. É preciso haver um processo de comunicação efetivo para que a sociedade possa acompanhar as ações dos governantes e contribuir para o melhor desenvolvimento do estado, em todos os seus níveis e esferas.
Pesquisador 2	Comunicação Pública significa informação para cidadania. É uma prática de comunicação que pretende contribuir para informar da melhor maneira possível o cidadão – no caso – brasileiro. Sinceramente, é impossível avaliar a forma como ela está sendo executada em todas as instâncias públicas – as diferenças são enormes e o número de instituições, prefeituras e assembleias legislativas impede tal avaliação. O que se pode afirmar é que o Brasil está com uma preocupação muito grande nesta área e fazendo avanços consideráveis.
Pesquisador 3	É uma área de grande importância, não só para as diversas instâncias do governo, como também para organizações sociais públicas ou privadas. Os exemplos de iniciativas válidas são variados: o legislativo e o judiciário, e todas as instâncias, mas especialmente na federal, tem demonstrado a possibilidade de implementar a qualidade das relações com o cidadão, criando espaços de “escuta” e não apenas de emissão de mensagens.
Pesquisador 4	Ela é útil sempre, na medida em que facilita a vida do cidadão.
Pesquisador 5	Avalio que é ampla a utilidade da Comunicação Pública nas diferentes esferas, nos diferentes poderes, e nos diferentes setores (1o. 2o. e 3o. setores), uma vez que se trata de uma comunicação que visa o interesse público e que deve envolver todos que integram o espaço público. O atual contexto brasileiro tem demonstrado a necessidade crescente de sua aplicação, uma vez que a mesma exige uma relação de confiança, de respeito, de reciprocidade, de ética e de transparência, que se revelam tão ausentes, o que compromete a ação conjunta.
Pesquisador 6	A utilidade da Comunicação Pública é inquestionável em qualquer esfera de atuação governamental - é indispensável e a demanda é cada vez maior. O problema é que é insuficiente, falta planejamento e compromisso com o cidadão e o que se oferta é o que os dirigentes acham que devem disponibilizar e não necessariamente o que o cidadão precisa, seja de informação ou de serviços.

A comunicação pública manifesta sua utilidade à medida que favorece a formação da cidadania. Informações claras, transparentes, que visem o atendimento das necessidades da população somadas a espaços de participação são indispensáveis para o bom andamento da vida da sociedade.

Em relação ao Brasil, a avaliação dos participantes se divide em dois aspectos:

- existe a preocupação, principalmente nas esferas federais, em realizar uma comunicação efetivamente pública, com canais de comunicação satisfatórios para o fluxo de informações com o cidadão.

Mas ao mesmo tempo:

- esse processo está em um ritmo lento. A falta de planejamento e compromisso de alguns administradores e assessores que não estão atentos aos princípios da comunicação pública e que muitas vezes confundem o público com o privado, prejudicam o curso da comunicação.

Quadro 5 - Relação entre a forma como se pratica Comunicação Pública x eficácia (em termos de acessibilidade por parte da população)

Participantes da pesquisa	Descrição das respostas
Pesquisador 1	Em geral os governos brasileiros não prestam muita atenção na comunicação e no seu papel. A ênfase recai sobre a publicidade e a propaganda que tem o seu papel quando o objetivo é atingir rapidamente um grande número de pessoas, mas é ineficiente quando se pretende comunicar uma mensagem mais complexa ou que exija qualquer nível de participação.
Pesquisador 2	Não respondeu.
Pesquisador 3	Só muito recentemente podemos falar de uma prática de comunicação pública, portanto ainda é cedo para avaliar sua eficácia. O que se tem praticado por parte do Estado, é comunicação governamental, ou seja, do governo para a sociedade, um fluxo descendente, sem muita preocupação de criar canais de comunicação ascendentes e diretos. Estou me referindo ao executivo de várias instâncias de poder público. No entanto, as organizações sociais têm dado exemplos de interesse e de iniciativas para implementar o diálogo com as instituições.
Pesquisador 4	Depende de cada caso. É difícil fazer uma análise generalizante. Não há, inclusive, critérios de análise.
Pesquisador 5	A Comunicação Pública ainda está em fase embrionária no Brasil. Ela tem sido praticada sempre que permite o debate, a discussão, a participação, porque se expressa como exercício de cidadania e de democracia. A sua eficácia talvez só possa ser medida no longo prazo, quando identificarmos o amadurecimento da população, entendendo sua participação como dever e direito. A acessibilidade ainda é restrita, até porque, como já disse, a Comunicação Pública exige participação, sendo um exercício diário de cidadania. O que percebemos é a atuação de líderes e grupos que representam a coletividade. Contudo, é preciso avaliar até que ponto tais líderes representam os interesses da população. Por outro lado, com o avanço das tecnologias e com a exigência quanto a interatividade, percebemos que o acesso ao debate público será gradativamente ampliado para a população.
Pesquisador 6	A população continua sem acesso. Os canais são poucos, não tem por objetivo realmente solucionar o problema do cidadão, não são gratuitos, e são mais para aparentar uma política de democratização da informação.

De acordo com os participantes da pesquisa, a comunicação no Brasil ainda se apresenta com caráter governamental, utilizando-se da publicidade institucional e de canais que permitem apenas o fluxo descendente da informação.

A participação da sociedade nesse contexto se dá através de lideranças representativas, o que já é um progresso, mas ainda falta muito para se chegar ao patamar ideal. É preciso que a comunicação promova debates, discussão para que se expresse como exercício da cidadania e da democracia.

Com o amadurecimento da população no que diz respeito à sua participação neste cenário, e os avanços tecnológicos como a internet, a televisão digital, é possível progredir bastante nesta área. No entanto, é preciso que se crie canais gratuitos que possam atender a necessidade de informação e interatividade entre o Estado e a sociedade.

Quadro 6 - Comentários sobre democratização da informação x princípios da comunicação pública

Participantes da pesquisa	Descrição das respostas
Pesquisador 1	Os princípios da comunicação pública somente se realizam se houver a democratização da informação. É preciso ter acesso às informações públicas (das ações praticadas e decisões tomadas pelos governos) para que o cidadão possa decidir, avaliar e colaborar com o Estado. É uma subversão de nosso modelo atual que afasta o cidadão do Estado. As práticas de comunicação pública tornam o cidadão co-ator direto do cotidiano do estado.
Pesquisador 2	Não há Comunicação Pública sem democracia. Não se pode falar de comunicação pública, por exemplo, em estados autoritários; portanto, o conceito implica a noção de democratização da informação.
Pesquisador 3	Acho que esta questão começa a ter contornos com a constituição de 88 onde o conceito de serviço público, já adquire um contorno diferenciado, ou seja, porque é público não significa que seja estatal. Assim, se há uma real participação da sociedade civil organizada, nas políticas públicas e em outras decisões que afetam a vida do cidadão, há indicadores claros que a democratização da informação está presente.
Pesquisador 4	Democratização da comunicação é um dos princípios da comunicação pública e, dependendo do ponto de vista, o principal.
Pesquisador 5	A democratização da informação é um pressuposto básico para a Comunicação Pública. Porém, é bom que se lembre que informar não é, necessariamente, comunicar. Quando se aborda Comunicação Pública é bom ter em mente que além do acesso à informação é preciso criar alternativas para participação, para interação, para debate.
Pesquisador 6	São conceitos que estão intimamente vinculados, mas que na prática não consegue se concretizar. Os canais não são adequados às reais necessidades da população, bem como a informação disponibilizada. O cidadão não consegue a informação que deseja, nem no tempo que precisa.

Para que se efetive a comunicação pública, é necessário que a informação seja democratizada, a fim de que o cidadão possa avaliar e participar das decisões que interferem na vida da sociedade.

Segundo Torquato (2006, p. 169) “do ponto de vista da democratização, é interessante que todos os agrupamentos sociais – e não só os políticos, as elites, mas as comunidades – tenham acesso à comunicação”. Para o autor, as decisões

devem ser compartilhadas e, tendo em vista esse objetivo, a sociedade organizada deve pressionar e criar seus modelos.

Novamente há que se abordar as questões da transparência, utilidade e veracidade das informações, disponibilizadas em canais de fácil acesso e que permitam a participação da população.

Quadro 7 - Estratégias que considera mais eficazes em se tratando de comunicação pública e considerando os aspectos culturais, sócio-econômicos e políticos no Brasil

Participantes da pesquisa	Descrição das respostas
Pesquisador 1	É preciso, antes de tudo, ter uma comunicação pedagógica. O cidadão brasileiro é muito desinformado sobre o seu papel e o papel do Estado. Ele precisa conhecer os seus direitos e deveres para atuar com responsabilidade.
Pesquisador 2	Justamente considerar os aspectos sociais, econômicos e políticos. Aliás, o conceito de estratégia só existe se considerarmos o cenário em que ela será aplicada. Desta forma, a Comunicação Pública feita por uma ONG que trabalha com indígenas, por exemplo, será totalmente diferente daquela que é feita por uma que atue nas periferias das grandes cidades, com doenças sexualmente transmissíveis etc. A eficácia de qualquer programa de comunicação depende do cenário em que ele será implementado, bem como das condições em recursos humanos e materiais que são disponibilizados para sua implementação.
Pesquisador 3	Não respondeu.
Pesquisador 4	Priorizar o interesse, a cultura, as especificidade do público. Geralmente se atua privilegiando o emissor.
Pesquisador 5	As estratégias que tenho considerado interessantes, mas cuja eficácia ainda está na dependência do amadurecimento da população, são: audiências públicas, conselhos municipais, debates nas câmaras, orçamento participativo. Claro que muitas outras possibilidades têm surgido, em especial com o desenvolvimento de novas tecnologias, como é o caso da própria TV Digital, que, espero, possa permitir esse espaço de debate e de participação, com vistas ao interesse público. As próprias rádios comunitárias, TVs públicas (quando desenvolvidas no seu sentido literal e não apenas como interesse pessoal ou de partidos) são exemplos de canais que podem permitir uma maior eficácia da Comunicação Pública.
Pesquisador 6	Não há fórmula padrão para os problemas de comunicação pública no Brasil. É preciso avaliar cada caso e adaptar às demandas. Além disso, cada órgão tem instrumentos de comunicação específicos e é preciso trabalhar com o que existe disponível. Nem sempre é preciso estratégias mirabolantes. Em nosso país, a maior dificuldade está em identificar o que o cidadão precisa e ter vontade política para atendê-lo.

Neste contexto fica bastante clara a importância do amadurecimento da população em relação à questão pública. Levando-se em conta que a comunicação

pública pressupõe a participação ativa da sociedade, seja em audiências públicas, conselhos municipais, debates nas câmaras, como foi dito, a educação torna-se condição *sine qua non* neste processo. É preciso que os cidadãos estejam informados a respeito de seus direitos e deveres e as formas como pode atuar no espaço público.

Um aspecto que já é considerado há bastante tempo na comunicação organizacional, mas que ainda não conseguiu ser incorporado no processo de comunicação do serviço público é o fato de dar prioridade ao receptor e não ao emissor. As mensagens são transmitidas, muitas vezes, sem a preocupação do entendimento e das necessidades da população.

Sabe-se que o serviço público apresenta restrições maiores em relação a verba, pessoal e equipamentos. Por isso é preciso, para atuar nesse campo, conseguir adequar àquilo que está disponível às exigências e especificidades do público receptor.

Quadro 8 - Avaliação da produção do conhecimento sobre Comunicação Pública e a forma como tem sido socializada/ compartilhada no âmbito das entidades/universidades

Participantes da pesquisa	Descrição das respostas
Pesquisador 1	Essa é uma discussão que ainda está começando em nosso país. Poucos são os estudos produzidos sobre esse assunto. Mas acho que estamos avançando com alguns professores e alunos que começar a despertar para a importância da comunicação no âmbito do Estado.
Pesquisador 2	Crescente e em ritmo acelerado. Há cerca de oito anos, quando coloquei esta disciplina na graduação do curso de Relações Públicas do IESB ninguém sabia do que se tratava. Tive que traduzir livro, buscar material, adaptar e treinar professores. Logo depois, a Católica de Brasília abriu um MBA em Comunicação Organizacional e eu fui ministrar a disciplina que era Opinião Pública e Comunicação Pública, e novamente ninguém sabia do que se tratava. Em seguida, o Governo Lula começou a falar de comunicação pública. Hoje, até os concursos públicos para a área de comunicação geralmente indicam como item de estudo a área de comunicação pública. Para oito anos, foi um avanço muito grande.
Pesquisador 3	Hoje podemos falar de um conhecimento consolidado em comunicação pública. Além da iniciativa do Jorge Duarte, a revista <i>Organicom</i> , no final de 2006, fez um número especial sobre comunicação pública. Em vários domínios do conhecimento - administração pública, sociologia, comunicação, entre outros, há uma preocupação em analisar conceitos, estratégias e políticas de comunicação pública. Nos cursos de comunicação, disciplinas novas têm buscado aprofundar o conceito, inclusive fora do âmbito governamental, por exemplo, nas organizações sociais, no terceiro setor, ONGs e igrejas.
Pesquisador 4	O primeiro problema é definir o que se entende por comunicação pública. Há um interesse novo sobre o assunto, mas ele já foi tratado de diferentes maneiras, em geral sem utilizar este nome. De qualquer modo, temos uma evolução muito importante nos últimos anos, principalmente por órgãos públicos como legislativo, judiciário e certos governos.
Pesquisador 5	A produção do conhecimento tem acontecido principalmente no desenvolvimento de artigos, de monografias, de teses, que são apresentados em congressos e debatidos pela comunidade científica. Porém, sem dúvida, ainda é muito restrita sua discussão no Brasil. Quanto a livros, organizei a primeira obra que tratou da Comunicação Pública no seu sentido mais amplo. Agora em 2007, nova obra foi

organizada por Jorge Duarte, ampliando o debate sobre o tema, o que sem dúvida representa um avanço importante no Brasil. Resta, porém, levar toda a discussão para os governos, para as empresas, para as entidades sociais, pois a efetividade da Comunicação Pública depende diretamente do entendimento e de políticas das organizações, além da participação de toda a sociedade.

Pesquisador 6 Há muito sendo produzido agora, mas a principal fonte de doutrinadores sobre o assunto está em Brasília-DF. Não se tem consenso sobre o tema e os debates são a melhor forma de divulgar o tema e solidificar conceitos.

As discussões acerca do conceito de comunicação pública são recentes, mas vêm se ampliando à medida que mais acadêmicos se interessam pelo tema, aprofundam os questionamentos, disciplinas são inseridas nas grades dos cursos de comunicação, congressos são promovidos sobre a temática.

No Brasil, não só a comunicação pública, mas toda a comunicação realizada na esfera pública (governamental e política) precisa ser debatida, com o intuito que criar diferenciações, parâmetros e aplicações para os tipos de comunicação. É necessário que a confusão gerada por conceitos antigos, confusos e profissionais desinformados seja desfeita.

Quadro 9 - Paralelo entre comunicação pública, comunicação política e comunicação governamental

Participantes da pesquisa	Descrição das respostas
Pesquisador 1	O contorno entre esses conceitos ainda não está muito claro no Brasil. Muitos autores não fazem distinção, mas vamos lá: comunicação pública - é possível haver vários entendimentos a respeito desse conceito: a comunicação que ocorre na esfera pública; a comunicação do sistema público de comunicação, a comunicação do terceiro setor, a comunicação dos órgãos públicos e por aí vai... Comunicação política - é a comunicação que envolve as práticas políticas, seja por parte da mídia ou dos próprios políticos no seu contato com a sociedade. Comunicação governamental - é a comunicação praticada pelos órgãos públicos.
Pesquisador 2	Entende-se por COMUNICAÇÃO PÚBLICA 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. Trata-se de COMUNICAÇÃO PÚBLICA e não governamental e nem política, e isso é bem mais do que simples diferença semântica. A Comunicação Governamental é a praticada por um determinado Governo, visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social. Enfim, é uma forma legítima de um Governo se fazer presente perante a população, uma espécie de lobby junto à opinião pública. Quanto à comunicação política, é uma forma de promoção de um partido, um político ou um governo quando quer levar ao conhecimento da opinião pública suas atividades e posições. A COMUNICAÇÃO PÚBLICA, ao contrário, se faz no espaço público, sobre temas de interesse público. É a informação cívica, inclui a accountability e o direito à informação e não deve ser confundida com as reivindicações em nome da liberdade de imprensa pois, essa, assim como a COMUNICAÇÃO PÚBLICA, é corolário do direito à informação e não sua origem.
Pesquisador 3	Não respondeu.
Pesquisador 4	Comunicação governamental trata das relações comunicativas entre governo, sociedade e seus diferentes segmentos. Comunicação política trata da luta pelo poder, inclusive fora do governo. Comunicação pública os inclui, ao tratar das questões de interesse coletivo na perspectiva do interesse público.

- Pesquisador 5 Um artigo de Heloiza Matos deixa bem claro o que vem a ser cada uma dessas modalidades de comunicação. A Comunicação Pública, como já destaquei, é a comunicação que envolve todos os setores, em torno do interesse público, exigindo participação, debate, controvérsia. A comunicação política tem mais relação com marketing político, procurando criar a imagem de um político ou de um partido, com métodos mais persuasivos. A comunicação governamental é a comunicação institucional de um governo. Evidentemente, para o alcance do patamar da Comunicação Pública, é preciso que a comunicação governamental e a comunicação política também sejam estabelecidas com base na transparência, na prestação de contas, pois só assim todos os setores que integram o espaço público poderão manter uma relação de confiança entre si, de forma a assegurar que todos estejam voltados para o interesse público. Enquanto esta base de virtudes sociais não se estabelece, compromete-se a comunicação pública e, mais do que isso, a cidadania e a democracia.
- Pesquisador 6 Apesar das possíveis diferenças que têm sido debatidas sobre os temas, o importante é que a comunicação pública tenha como foco principal o interesse do cidadão. A comunicação nos órgãos públicos ainda é personalista e voltada para beneficiar os interesses das instituições. A comunicação reflete a tendência desses órgãos de autcentralismo e autoreferência; é voltada para os interesses do emissor.

Segundo os pesquisadores, no Brasil os conceitos e definições destas três temáticas não estão bem claros, no entanto há um consenso ao menos entre os respondentes.

É necessário que haja cada vez mais discussões em torno do tema para que cada acepção possa ser percebida e utilizada no momento oportuno.

É imprescindível que os princípios da comunicação pública sejam amplamente divulgados e debatidos para que na prática possam ser aplicados pelos responsáveis em realizar a comunicação entre o Estado e a população.

Quadro 10 – Sobre a utilidade dos sites disponibilizados pelos setores públicos no que concerne à prestação de serviços de utilidade pública no Brasil

Participantes da pesquisa	Descrição das respostas
Pesquisador 1	Eles são válidos, mas não é possível imaginar que basta colocar uma informação no site e considerar que a população terá conhecimento ou irá participar. Poucas pessoas no Brasil acessam a internet.
Pesquisador 2	Desde o início da era internet (e eu acompanhei bem este processo, pois fazia meu doutorado) o Brasil trabalhou muito bem esta tecnologia e continua trabalhando. São poucos os países em que a rede é utilizada com tão bons resultados no que concerne à oferta de informações e serviços de interesse público.
Pesquisador 3	Acho que a iniciativa de disponibilizar sites para a comunicação com o cidadão é bastante louvável. Cada vez mais estes sites estão oferecendo instrumentos de comunicação, do tipo, “fale conosco”, mas ainda falta uma ação concreta para abrir um diálogo entre cidadão e organizações públicas ou privadas. Ou seja, a interatividade nem sempre significa interação e comunicação de duas vias. Do ponto de vista comercial, o avanço tem sido significativo. Veja as companhias aéreas e os sites de turismo. Outra observação é sobre os dados do IBGE citados abaixo. Realmente, o número de usuários da rede aumentou significativamente, mas é preciso atentar para um detalhe: a acessibilidade não pode ser medida só em números. O que importa é a qualidade do acesso à rede e o resultado do mesmo em termos de engajamento social e cívico. Ou seja, a Internet tem contribuído para aumentar o número de associações com caráter cívico? Ou os contatos estão na ordem do entretenimento? Estou procurando esta resposta numa pesquisa que estou desenvolvendo aqui na França. No próximo número da revista <i>Líbero da Cásper</i> , deve sair um artigo meu sobre este assunto.
Pesquisador 4	São um avanço importantíssimo, mas ainda insuficiente dado às características citadas na pergunta.
Pesquisador 5	Considero que a tecnologia tem possibilitado o acesso da população à informação e, principalmente, tem propiciado sua participação. No caso dos sites disponibilizados pelos setores públicos, cresce a percepção de que é importante a interação, a abertura de canais para que a população se manifeste. É importante, portanto, que todos entendam a utilidade pública que a internet pode ter, administrando os sites para que promovam cada vez mais a interação.
Pesquisador 6	O instrumento da web é muito importante, pois temos uma população crescente que tem acesso e articula sua participação política pela Internet. Todavia, a realidade

brasileira é outra, a maior parte da população e a que realmente precisa de acesso gratuito a serviços e informações não tem como obter via web. A maior parte dos órgãos cria um site e acha que o problema de difusão da informação e de transparência está resolvido. É uma política cruel e que não atende às necessidades do cidadão. Apesar do discurso da democratização, o que ocorre de fato é que os órgãos públicos só divulgam o que querem, quando querem e muitas vezes, não divulgam o que deveriam. O uso político dos meios de comunicação é um dos problemas mais sérios do setor.

É evidente que os sites disponibilizados pelos setores públicos apresentam um potencial muito grande no que diz respeito à interatividade com a população, pois são serviços gratuitos e de acessibilidade viável. No entanto, essa afirmação vale somente para o percentual de brasileiros que possui acesso à internet.

Em um país de dimensões continentais como o Brasil, onde as diferenças geográficas, sociais e culturais são tão grandes é pouco provável que uma política que vise disponibilizar informações e serviços na *web* seja suficiente. Este canal deve ser considerado apenas como mais uma opção para a democratização da comunicação.

Além disso, os espaços para interação com os internautas ainda são restritos e, muitas vezes, não são bem administrados: as respostas demoram a chegar, e quando chegam não é dada a devida visibilidade para as participações da população.

2.1.6 Considerações sobre a pesquisa

A realização desta pesquisa proporcionou o aprofundamento da temática central do estudo, que dizem respeito, prioritariamente à Comunicação Pública.

Pode-se destacar, entre os aspectos principais, que no Brasil ainda há muito o que ser discutido sobre o tema para que os contornos da comunicação pública possam ser definidos e aplicados nas diversas esferas da administração pública, embora os estudos nesta área tenham avançado bastante em pouco tempo, por iniciativa de pesquisadores que buscam refletir sobre tais questões.

Na prática, no entanto, a realidade é bem diferente, já que, somados a falta de informação dos comunicadores, estão os vieses políticos que ainda dificultam a evolução da abordagem da comunicação.

A seguir, apresenta-se o relatório de pesquisa desenvolvida com profissionais de comunicação que atuam no serviço público.

2.2 Relatório de Pesquisa efetuada com profissionais de comunicação que atuam no serviço público

2.2.1 Justificativa

A comunicação tem função vital para o serviço público. O governo tem o dever de informar a população sobre as ações planejadas, onde o dinheiro está sendo aplicado, que melhorias está realizando, além de proporcionar canais de interatividade e participação para a população.

Ela vem demonstrando sua importância à medida que cresce o senso crítico da sociedade, cada vez mais organizada, em busca de seus direitos e de participação no setor público.

Somente sob este paradigma, é possível realizar efetivamente a comunicação pública e estabelecer políticas de acesso a informação àqueles que são os interessados e beneficiários das ações do governo.

Para que este processo ocorra, é necessário que o responsável pelo setor de comunicação esteja informado sobre esses conceitos e consiga aplicá-los na prática. Portanto, com o objetivo de identificar o modo como vem sendo realizada a comunicação no serviço público foi realizada esta pesquisa.

2.2.2 Objetivos

Avaliar o conhecimento a respeito da teoria da comunicação pública bem como as técnicas utilizadas pelos profissionais dos setores de comunicação das prefeituras para aplicação desses conceitos na prática.

Identificar quem é o profissional atuante nesta área, qual sua qualificação e que estratégias está utilizando para realizar a comunicação com o público-alvo, no caso, a população de seus municípios.

2.2.3 Metodologia

Elaborou-se um roteiro contendo dez questões relacionadas à formação do profissional, análises a respeito da comunicação no setor público de maneira geral, além de investigar sobre estratégias e ferramentas utilizadas no dia-a-dia da comunicação do município, o que possibilitou realizar uma análise mais profunda sobre a atuação das assessorias no setor público.

O roteiro de questões foi enviado por e-mail para os assessores ou funcionários que trabalham com a comunicação em prefeituras em quinze municípios do Brasil. Alguns dos profissionais foram contatados durante o I Encontro Nacional de Assessores de Imprensa e de Comunicação de Prefeituras realizado entre os dias 14 de 16 do mês de agosto, em São Paulo.

O roteiro foi enviado no final do mês de agosto. As respostas foram obtidas em aproximadamente um mês.

Do total de roteiros enviados, foram recebidas sete respostas. Os respondentes representam as prefeituras do interior do estado de São Paulo (4), Grande São Paulo (1), Rio Grande do Sul (1) e Espírito Santo (1).

2.2.4 Limitações

O roteiro foi enviado para quinze profissionais, mas somente sete responderam.

Apesar de não ser a forma mais eficaz de se realizar uma pesquisa, enviar o roteiro por e-mail tornou-se a única medida aplicável, levando-se em conta a distância, falta de tempo e de recursos disponíveis para realizar entrevistas em profundidade com cada um.

2.2.5 Apresentação dos resultados

Para cada tópico do roteiro, foi criado um quadro específico. Este formato contribui para uma visualização mais adequada das respostas como também para a comparação entre as abordagens de um e outro respondente. As análises de cada tópico são descritas logo abaixo de cada quadro. Ao final são apresentadas as considerações finais sobre a pesquisa de maneira geral.

Quadro 11 - Formação acadêmica

Profissional	Resposta
Participante 1	Dra. em Comunicação e Cultura – ECO – UFRJ.
Participante 2	Comunicação Social - Jornalista
Participante 3	Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo e Relações Públicas
Participante 4	Bacharel em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda), formado pelas faculdades Cásper Líbero. Fiz extensão universitária em comunicação eleitoral pela Faculdade de Sociologia e Política de São Paulo e Pós-graduação em gestão de marketing pela ECA/USP
Participante 5	Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – São Leopoldo (RS)
Participante 6	Comunicação Social, habilitação em jornalismo, pela Universidade Estadual Paulista (UNESP) de Bauru.
Participante 7	Bacharel em Comunicação com habilitação em Jornalismo.

Os profissionais que atuam em comunicação no serviço público são majoritariamente jornalistas. Isso pode ser verificado não somente pelos respondentes da pesquisa, mas também pela experiência da participação no I Encontro Nacional de Assessores de Imprensa e Comunicação de Prefeituras, onde aproximadamente 80% eram jornalistas.

A relação entre comunicação no serviço público e assessoria de imprensa é muito grande. Levando-se em conta os projetos que correm sobre a regulamentação de assessoria de imprensa somente para jornalistas, não se pode esperar um resultado diferente.

No entanto, como foi verificado ao longo deste estudo, fazer comunicação pública não é somente fazer assessoria de imprensa. Muitos administradores públicos, assim como muitos assessores de comunicação das prefeituras ainda possuem esta mentalidade, dificultando ainda o trabalho, à medida que não se contrata profissionais bem informados e capazes de realizar efetivamente a comunicação pública.

Quadro 12 - Cargo que ocupa no serviço público/tempo de atuação

Profissional	Resposta
Participante 1	Secretária de comunicação da prefeitura de Vitória desde maio deste ano.
Participante 2	Coordenador municipal de comunicação há 2 anos e meio
Participante 3	Chefe do setor de comunicação da prefeitura de Bariri há 3 anos.
Participante 4	Já fui assessor de comunicação em mandatos de deputados, coordenei campanhas eleitorais de vereadores, deputados estaduais e federais além de eleições de prefeito. Atualmente sou secretário-adjunto de comunicação da prefeitura de Guarulhos (desde 2001)
Participante 5	Jornalista responsável pela área de comunicação social da FAMURS – Federação das Associações de Municípios do RS – a FAMURS é uma entidade privada, sem fins lucrativos. Ela trabalha no assessoramento às prefeituras que pagam mensalmente um valor para terem os serviços, por isso dá para entender que é um serviço público.
Participante 6	Coordenador de comunicação da prefeitura municipal de Bauru desde outubro de 2005.
Participante 7	Assessor técnico de gabinete da prefeita e trabalho na área desde janeiro de 2005.

À exceção do participante 5, que atua no serviço público de uma forma mais abrangente, todos os respondentes atuam diretamente na área de comunicação das prefeituras.

Quadro 13 - Tempo que trabalha com comunicação pública

Profissional	Resposta
Participante 1	Depende do que se entende por comunicação pública, o que explico a seguir, mas se tomarmos minha passagem por um cargo de gestão de comunicação no serviço público, desde a data acima e em outro momento (1983) fui assessora de comunicação da secretaria da agricultura do estado do ES.
Participante 2	2 anos e meio
Participante 3	Já trabalhei na função de assessora da imprensa da prefeitura de Bariri em outros períodos - de 1993 a 2000.
Participante 4	16 anos ininterruptos.
Participante 5	13 anos.
Participante 6	Desde outubro de 2005.
Participante 7	Desde que me formei em janeiro de 2005.

Os respondentes se dividem entre aqueles que atuam já há algum tempo no serviço público e aqueles que iniciaram seu trabalho há aproximadamente dois anos.

No entanto, houve um equívoco na formulação desta pergunta, o que acabou por corroborar a falta de informação dos respondentes no que diz respeito ao conceito de comunicação pública, à exceção da participante 1, o que poderá ser confirmado nos tópicos a seguir. A questão correta deveria ser “há quanto tempo atua com comunicação no setor público?”.

No decorrer da pesquisa, será possível atestar que a experiência não é um fator determinante na forma como realizam a comunicação, já que as confusões de abordagem se revelam em diversos momentos.

Quadro 14 - O que entende por comunicação pública

Profissional	Resposta
Participante 1	Trata-se da comunicação que tem por motivação e destino o chamado interesse público, o que entendo como interesse difuso da sociedade, que transcende a todos os indivíduos ou subjetividades. Não creio se tratar apenas da comunicação exercida no poder público (estado), embora este seja o que, na nossa cultura, materializa de forma mais direta este conceito de “público”. Trata-se, entretanto de um conceito complexo, cuja representação aparece de diferentes formas na nossa história. Na minha opinião, a comunicação, assim como a construção desta dimensão pública, é um fenômeno que se realiza por meio da política – entendida como a arte de produzir a polis, a vida em comum, a concordância, mesmo que provisória, os acordos, o possível etc.
Participante 2	A publicidade de todas as ações dos órgãos públicos e das ações dos agentes políticos que são de interesse público, exatamente como determina a constituição.
Participante 3	A comunicação pública é mais do que produzir informativos - jornais, revistas, murais, programas de rádio e tv. É o dever que o estado - em todos os seus níveis - tem de informar e é usar esses e outros meios que se fizerem necessários para proporcionar aos cidadão o direito de se informar. Para tanto, deve-se ter cuidado com o conteúdo e não centrar na promoção pessoal daquele que estiver ocupando o poder no momento.
Participante 4	Para mim, comunicação pública é um processo complexo, onde o detentor de um mandato busca prestar contas de seu trabalho, almejando obter aprovação. Na maioria esmagadora dos casos, busca esta aprovação para dar continuidade a sua carreira, almejando ascender rumo a cargos de maior prestígio. Apesar de parecer algo egoísta, muitas vezes esta necessidade de ascensão embute também um desejo de trabalhar pela sociedade, contribuindo para sua melhora, pois, normalmente, os eleitores são críticos a mandatos mal conduzidos. Para que a aprovação se dê é necessário, em minha opinião, uma combinação grande de fatores, mas destaco dois: a) um projeto político viável que leve em conta as necessidades de seu eleitorado; b) um plano de comunicação bem estruturado.
Participante 5	Entendo por comunicação pública tudo que envolve o papel dos governos federal, estaduais e municipais na informação com seu público – no caso a sociedade. E por isso ela é fundamental e deve sempre ter caráter social. Para tanto, a comunicação pública tem sempre que ser baseada na ética, na transparência e na verdade. É dever dos governos informar sobre todos os seus atos, pois seu trabalho está voltado para à sociedade, lidando diretamente com a vida das pessoas, principalmente nas áreas de educação e saúde e também porque os governos trabalham com o dinheiro público. Assim como a comunicação, os serviços

	<p>públicos têm de ser oferecidos com qualidade comunicativa e os servidores devem estar preparados para atender, isso também envolve a comunicação. A informação deve ser passada da maneira mais entendível possível, pois o objetivo é atingir todas as classes sociais. A comunicação pública não deve se centrar na promoção pessoal dos agentes públicos. Seu caráter deve ser sempre educativo e com orientação social. É dever da comunicação pública informar o cidadão sobre todos os serviços a que ele pode ter acesso seja da união, estado ou municípios. Cito o caso do bolsa-família, programas na área da saúde, assistência social, entre outros. Esta informação pode ser repassada por meio de campanhas na televisão, rádios, jornais, panfletos e até pela internet. É também obrigação dos órgãos públicos abrir um canal de diálogo para que o público possa interagir, seja por meio de uma ouvidoria na própria sede (em municípios pequenos) ou por meio de um número telefônico (0800) e pela internet, onde o órgão deve ter uma página de acesso. Em cidades menores é possível que o prefeito ou os secretários municipais realizem reuniões nos bairros, estimulando os cidadãos a se envolverem com as políticas públicas, pois elas dizem respeito a todos.</p>
Participante 6	<p>Entendo que a comunicação pública é o conjunto de mecanismos utilizados para difusão das ações que são realizadas pelos diferentes tipos de órgãos públicos.</p>
Participante 7	<p>Comunicação pública é transmitir a outras pessoas, ou seja, a população, todos os acontecimentos que estão sendo realizados, obras, eventos, festas, enfim, tudo que é feito em prol de uma população. Mas tudo isto não deve ser feito com finalidade somente de propaganda e sim com o objetivo de dialogar com a população. A comunicação pública deve ser ética e transparente e sempre com uma interação com o público.</p>

Pôde-se notar que alguns respondentes têm ainda uma visão distorcida da comunicação pública: na maioria dos casos, ela é confundida com a comunicação governamental, com publicidade institucional e ainda com marketing político.

Nota-se, no entanto, que a transparência e a ética estão sendo valorizadas. Ainda que na maioria dos casos não seja realizada a comunicação pública, abrindo canais de comunicação à sociedade, estimulando sua participação, há um esforço no sentido de oferecer informações verdadeiras e úteis ao público.

Segundo Matos (2006, p.66):

A orientação básica do conceito de comunicação pública é prioritariamente de ordem democrática, referente ao senso comum político, e em associação direta com normas herdadas da visão liberal – em estreita relação com o Estado. Secundariamente, está em conformidade com os valores relacionados à comunicação como

instrumento e meio independente do Estado, sendo, enquanto meio, direcionado à vertente pública, à cultura nacional, à vertente privada, e à econômica (pelo princípio do mercado).

Sob esta ótica, pode-se inferir que a comunicação realizada pelas assessorias de comunicação das prefeituras não deve ser de ordem política ou governamental, e sim pública, favorecendo a democracia e a formação da cidadania.

O conjunto de mecanismos para divulgação das ações realizadas pelos órgãos públicos é apenas um dos meios para a realização desta comunicação e não seu único objetivo. A comunicação pública é um processo complexo, que envolve discussão em torno da perspectiva do interesse público: deve priorizar o cidadão em detrimento do emissor e envolve todo o espaço público.

Quadro 15 – Modo como avalia a utilização da comunicação no serviço público

Profissional	Resposta
Participante 1	Difícil responder assim, de forma genérica. Acho que há boas experiências. Acho que a comunicação tem que ser ética, deve assegurar o princípio da publicidade, favorecer a participação popular de forma qualificada. Para isso tem que oferecer informações corretas, sem esquecer a sua função estratégica. Acho que quando se tem uma boa gestão, com democracia e participação popular, com seriedade no trato da coisa pública não é difícil conciliar as múltiplas funções que se reivindica da comunicação.
Participante 2	Ainda é muito limitada, em função até mesmo das limitações de recursos humanos e orçamentários dos próprios órgãos públicos. Também falta muita formação/informações ao próprio comunicador. Além disso, por definição, lutamos contra um público desinteressado na maior parte das vezes, pois o brasileiro é alienado ao que entende como sendo "política" (conceito que o leitor/eleitor não consegue diferenciar do conceito de administração pública enquanto prestadora de serviços).
Participante 3	Posso falar pela prefeitura em que trabalho. Considero que, apesar de possuir um profissional de comunicação, a comunicação é pouco valorizada e não ocupa um lugar estratégico na organização. Os dirigentes ainda entendem a assessoria de comunicação como uma forma de divulgar seus feitos, apenas. Poderia ser bem melhor aproveitada, especialmente na questão da comunicação interna.
Participante 4	A comunicação pública se utiliza das mesmas ferramentas que a comunicação comercial (propaganda, relações públicas e assessoria de imprensa), porém a forma com as utiliza é muito diferente. A comunicação pública possui regras próprias, tanto em termos de legislação, quanto de utilização das mídias. Além do controle dos tribunais de contas, há também o olhar atento da oposição e dos órgãos de imprensa. Desta forma, trabalhar com a comunicação pública requer uma atenção redobrada para evitar as crises que podem advir de uma má comunicação ou de uma ação negativa por parte de outras esferas de governo que, caso seja mal administrada poderá causar estragos imensos na imagem da administração. Esta forma de comunicação requer profissionais qualificados na área da comunicação, mas também com experiência no meio político, pois este ténue equilíbrio entre comunicação e política é o que forma técnicos eficientes, que sabem usar as mídias de forma correta em conjunto com as estratégias políticas certas.
Participante 5	Acredito que está melhorando, mas ainda estamos longe do ideal. Hoje temos vários cursos e eventos sobre o assunto o que oportuniza o debate e a discussão sobre o tema. Isso é bom, pois as pessoas que atuam na área de comunicação começam a tomar consciência da responsabilidade que tem ao exercer essa

	<p>atividade. Nós na FAMURS trabalhamos com as 496 prefeituras do RS. Para tanto, promovemos eventos e cursos também na área da comunicação pública para orientar e capacitar sobre a importância de como a informação deve chegar ao cidadão. Destacando que a comunicação pública deve ter sempre o caráter social. Ela deve trabalhar em benefício da sociedade. Acho que uma coisa ruim que existe, principalmente em se tratando de governo federal, é que as notícias divulgadas pelas assessorias, estão muito ligadas à promoção pessoal dos políticos. Esse é o grande problema das assessorias hoje. Trabalham muito mais na divulgação dos políticos do que dos serviços públicos.</p>
Participante 6	<p>Infelizmente, temos presenciado inúmeros exemplos de distorção do uso da comunicação pública, geralmente com a finalidade da obtenção de dividendos políticos. Quando a divulgação institucional passa a valorizar pessoas, e não as ações promovidas, verifica-se que o princípio da utilidade pública que deveria nortear esse tipo de comunicação foi completamente ignorado.</p>
Participante 7	<p>A comunicação tem sido usado de forma irregular por algumas instituições. Tem muitos políticos que utilizam deste meio para se promoverem ou tentar amenizar algum escândalo político. Mas a comunicação é imprescindível para que a população esteja diretamente ligada ao chefe do executivo ou mesmo ao presidente de uma empresa, por isso a grande necessidade de se fazer uma comunicação séria e com responsabilidade.</p>

De acordo com os respondentes, a comunicação tem sido subestimada na esfera pública, tanto por falta de recursos, de pessoal capacitado e mais ainda pelo fato de não ser considerada estratégica pelos ocupantes dos cargos públicos.

No entanto, essa valorização da comunicação deveria partir também daqueles que são os responsáveis pela área, começando por entender quais são as funções e a utilidade de um programa de comunicação no serviço público de maneira geral, e posteriormente nas prefeituras que representam.

Não se pode culpar a falta de interesse do público, visto que a sociedade está mais vez mais organizada, exigindo seus direitos. A obrigação de promover uma comunicação eficiente e participativa deveria partir das prefeituras que, cientes de sua função pública, estimulam o engajamento da sociedade a fim de que os governantes utilizem essas informações para criar políticas públicas que beneficiem a população e não apenas utilizar a comunicação como meio de divulgar suas ações e promover sua imagem política.

Quadro 16 - Forma como estão sendo democratizados os princípios da comunicação pública no setor em que atua

Profissional	Resposta
Participante 1	Hoje as mídias digitais, com a comunicação on-line, são os melhores caminhos para que se obtenha uma participação efetiva no mundo da comunicação. Na PMV temos um portal na internet, um jornal mensal e programetes diários no rádio na televisão. Todos estão abertos a sugestões e críticas que podem ser feitas por meio de correspondência on-line, da ouvidoria ou, a partir deste mês, por meio de um call center (tel 156).
Participante 2	Através do esforço da minha equipe para atingir todos os públicos-alvo dos serviços prestados pelo órgão em que atuo - fim para o qual utilizamos toda e qualquer ferramenta de comunicação ao nosso dispor.
Participante 3	Em Bariri procuramos utilizar os canais tradicionais de comunicação na imprensa. Além disso, a prefeitura possui um jornal oficial, apenas com atos legais (editais, leis, comunicados etc) e um site onde procuramos criar pelo menos um canal de interatividade com a cidadão. Outro programa que tem como foco levar a informação é o projeto cidadania, que atua nos bairros e leva os serviços da administração municipal, inclusive informação.
Participante 4	Em minha opinião, a comunicação pública é essencial para a democracia. Ela deve ser calcada em princípios fundamentais como a prestação de contas e de serviços. Não deve nunca resvalar pelo caminho perigoso da promoção pessoal, pois estaria em primeiro lugar contrariando a legislação vigente, colocando em risco o próprio mandato, além de estar ferindo preceitos éticos essenciais. A população precisa saber o que está sendo feito com o dinheiro dos impostos, precisa saber também que uma nova escola foi entregue, que há um novo serviço médico à sua disposição em tal local. Sem ela, as informações dependem exclusivamente da boa vontade dos órgãos privados de comunicação, que buscam o excepcional e que raramente noticiam ações “corriqueiras” como as descritas acima, de interesse muito localizado.
Participante 5	A lei de responsabilidade fiscal, em 1998, aumentou o poder de fiscalização do tribunal de contas e ministério público nos poderes públicos, principalmente nas prefeituras. A medida tem obrigado as prefeituras a trabalharem com mais transparência. A lei (LRF) exige que as prefeituras prestem contas à sociedade, fazendo a publicação das suas contas públicas, por meio de mural em frente à sede da prefeitura, ou painel eletrônico ou ainda pela internet. Acho que no momento que a sociedade tem acesso ao que está acontecendo a informação com certeza é mais democratizada. Também não podemos esquecer que os veículos de comunicação exercem um importante papel também, cobrando e denunciando qualquer ato que venha contra o

	interesse público. Dessa maneira, percebo também que os assessores de comunicação das prefeituras estão cada vez mais conscientes de que seu trabalho deve servir o bem público, com caráter informativo e social e não atuando na promoção pessoal do político.
Participante 6	A assessoria de comunicação da prefeitura municipal de Bauru tem buscado valorizar os princípios da comunicação pública divulgando as ações que são desenvolvidas pela administração de forma objetiva, sem a intenção de dar ao fato uma dimensão maior do que aquela que o assunto merece.
Participante 7	Na forma da interação com o público. Durante o uso dos meios que possuo na prefeitura e na forma que chegam aos munícipes. Este bate e volta mesmo me ajuda a conhecer e a corrigir os erros da administração: é a forma de trabalho participativa.

A prestação de contas à população é um fator de suma importância para a comunicação pública. No entanto, apenas informar não é suficiente. Esse tipo de comunicação se aproxima mais do caráter da comunicação governamental.

Saber a opinião da população sobre os investimentos da prefeitura, o que esta considera mais importante, quais suas críticas e sugestões a respeito das ações realizadas e, utilizar essa informação como ferramenta para planejar seu governo, é valer-se da comunicação pública.

De acordo com Matos (1999) os meios de comunicação privados provocam uma forma específica de discurso, tanto em sua produção como recepção, caracterizada pela cobertura de alguns assuntos de interesse público a partir de um determinado recorte prévio, priorização de elementos como a personificação e a dramatização para a composição da matéria, e acompanhamento analítico e informacional leve e curto, em geral com um viés antiparlamentar.

Os meios de comunicação de massa tradicionais e privados como jornais, redes de televisão e rádio não são suficientes nem mesmo para a divulgação das informações de interesse público, já que depende da cultura e intenções dessas mídias. Por isso, torna-se imprescindível a criação e utilização de mídias próprias que possam atender cada demanda, cada público específico. Disponibilizar as planilhas de gastos da prefeitura em seu site apenas não é garantia de que todos aqueles que precisam ter acesso, terão. É preciso levar em consideração os aspectos sócio-econômicos e culturais da cidade para utilizar os meios adequados e promover a democratização da comunicação.

Quadro 17 - Estratégias que considera mais eficazes em se tratando de comunicação pública, levando-se em conta os aspectos culturais, sócio-econômicos e políticos no Brasil

Profissional	Resposta
Participante 1	Cada ação merece um projeto de comunicação específico, além dos de rotina, portanto fica difícil responder assim, de forma genérica. Mas tenho como certo que hoje é preciso combinar uma série de iniciativas e de mídias e de abordagens para que se tenha maior eficácia (de ações presenciais a mediadas por diversas linguagens).
Participante 2	A comunicação direta com os públicos-alvos, seguida pela comunicação via televisão.
Participante 3	Ainda existe desconfiança de muitas pessoas em relação à comunicação pública, uma vez que ela sempre foi usada para promover os políticos que estavam no poder. Muitos se questionam se as informações veiculadas pelos órgãos oficiais são realmente aquilo ou "apenas a versão" que interessa aos políticos. Mas a estratégia mais eficaz na minha opinião, ainda é a transparência e a interatividade como forma dar credibilidade à comunicação pública.
Participante 4	A comunicação pública sofre ainda de um mal muito grave em nosso país: amadorismo. Pessoas pouco qualificadas assumem cargos de vital importância, sem entender direito o que se espera deles. Daí, a qualidade do que é realizado na área deixa muito a desejar. Porém, de uns anos para cá, muitas iniciativas interessantes estão sendo executadas em diversos pontos do nosso país, tomando como base os fundamentos da comunicação comercial e adaptando-os para a comunicação pública. Um fator de grande importância é o planejamento. Sem ele, somos como cães, que respondem somente pelo presente. Para um bom planejamento precisamos de ferramentas como pesquisas quantitativas e qualitativas, análises de veículos, configuração prévia de planos de mídia, análise de cenário político, entre outros. Meu lema é "ouvir antes de agir", porque, como diz um prefeito que assessoriei: "é melhor não agir do que errar. Consertar um erro na política pode levar anos e você não se pode dar ao luxo de ficar fora de combate por tanto tempo, as pessoas vão te esquecer". Como já disse, devemos utilizar os mecanismos corriqueiros da comunicação: assessoria de imprensa, publicidade, relações públicas, etc.
Participante 5	Acho que o trabalho da comunicação pública sempre deve visar às classes menos favorecidas, pois são estas que são as mais necessitadas do serviço público e quem o Estado tem o dever de assistir, principalmente nas áreas de educação e saúde. Sei de muitas prefeituras que descentralizam seu trabalho, onde por exemplo, aos sábados, prefeito e secretários municipais se deslocam aos bairros mais afastados da cidade para ouvir a comunidade e suas necessidades. Também estamos

	incentivando as áreas de comunicação das prefeituras a criarem o serviço de ouvidoria, onde o cidadão possa ter acesso a um servidor para tirar suas dúvidas e deixar críticas e sugestões.
Participante 6	A propaganda institucional, no meu entendimento, é a maneira mais eficaz para garantir a divulgação das ações da administração. O problema, no entanto, é que esse tipo de divulgação representa custo financeiro. No caso do conteúdo jornalístico distribuído à imprensa, avalio que a maneira mais eficaz de garantir o seu aproveitamento é preparar o material como matéria jornalística, buscando preferencialmente a objetividade. Não adianta insistir em material carregado de adjetivos, pois é quase certo que os adjetivos serão cortados.
Participante 7	Não respondeu

Quando se fala em comunicação pública, deve-se levar em conta a dimensão do público-alvo e suas especificidades. Esses dois fatores influenciam intensamente na escolha das estratégias para atingi-lo.

Fatores sócio-econômicos e culturais precisam ser considerados na elaboração de estratégias de comunicação. Promover acessibilidade aos cidadãos, tanto para receber informações de utilidade pública como para participar, estão previstos nos pressupostos da comunicação pública.

A pesquisa foi citada por um dos participantes, como parte integrante do planejamento das ações. A utilização desta ferramenta, desde que não de modo a constatar percentuais eleitorais, reflete um amadurecimento do trabalho da assessoria, assim como a criação de uma ouvidoria pública, que se destaca como um canal mais acessível à população.

Quadro 18 - Instrumentos utilizados para realizar efetivamente a comunicação com a população no dia-a-dia

Profissional	Resposta
Participante 1	Como já disse temos um portal na internet, um jornal mensal e programetes diários no rádio na televisão, além de assessoria de imprensa, publicidade, comunicação urbana, marketing direto, eventos, debates, seminários e reuniões diversas etc .
Participante 2	Praticamente todos os mass media disponíveis, desde que me sejam disponibilizados os recursos. Se a verba é pouca, opto sempre pelo trio panfleto/faixa/carro de som, que tem se mostrado mais indicado à realidade específica do meu público-alvo. Mas cada público-alvo é peculiar, e para conhecer o "seu", só mesmo realizando as pesquisas necessárias.
Participante 3	Como disse em uma questão anterior, procuramos usar os meios tradicionais, jornal oficial, site, programa informação, com murais padronizados em todas as repartições públicas.
Participante 4	No caso específico da cidade que trabalho, a falta de mídia de massa local (tv, rádio, etc) nos obrigou a utilizar mídias alternativas próprias, como uma rede de outdoors, rede de frontlights, conteúdo editorial no diário oficial, site complexo com características próximas de um portal, uma "central de notícias" que dispara centenas de informações por mês para a imprensa, vídeo-releases, agência interna de propaganda, tudo isso combinado com ações habituais de comunicação, como anúncios em jornais, revistas, rádios, tv, uso de telemarketing ativo, etc, executados pela agência de propaganda contratada que executa estes serviços sob a supervisão direta da secretaria de comunicação. Tudo é planejado anualmente: os gastos planilhados, as ações principais incluídas num cronograma rígido, mas não imutável, entre outras ações.
Participante 5	Nós como FAMURS não trabalhamos diretamente com a população e sim com as prefeituras. Mas vejo que além dos veículos tradicionais de comunicação, como TV, rádio e jornal, as prefeituras estão hoje utilizando-se muito de suas mídias próprias. Na mídia impressa, muitas confeccionam seus próprios jornais, além folders e cartazes para chegar ao seu público. Também mantêm uma coluna de informação nos jornais da cidade e estão criando suas rádios com programação da prefeitura, que podem ser acessadas pela internet. Além disso, campanhas por meio da rádio e jornal são fundamentais.
Participante 6	A prefeitura municipal de Bauru atravessa sérias dificuldades financeiras e, por isso, a atual administração optou por não fazer qualquer tipo de investimento em publicidade institucional. Temos procurado aprimorar ao máximo o relacionamento com a imprensa, tentando prestar um serviço de qualidade e que inspire credibilidade. Nossa intenção é que a mídia divulgue o maior número possível de matérias distribuídas pela assessoria de

	comunicação para que a população possa ter acesso ao que ocorre nos diferentes setores da administração.
Participante 7	Na prefeitura municipal temos um programa de rádio semanal que vai ao ar todos os sábados das 11h as 11h40 onde toda semana a prefeita, eu ou algum diretor de departamento participa esclarecendo a população sobre onde o dinheiro está sendo investido. Também neste programa temos a participação dos ouvintes onde os mesmos enviam cartas ou ligam fazendo perguntas sobre a administração para que seja respondido pela prefeita. Também temos um jornal mural que é direcionado a todos os colaboradores municipais. Este canal é muito usado para passar a mensagem do executivo aos funcionários, mas também contém matérias enviadas pelos próprios empregados. Temos também um jornal que é distribuído gratuitamente a população e que retrata tudo que está sendo realizado. Também temos o site da prefeitura onde o internauta pode saber tudo que está sendo realizado no município e participar escrevendo e mandando sua sugestão ou crítica. Outro meio de comunicação é o telefone 0800 gratuito que é muito divulgado para que o munícipe possa ligar e fazer sua reclamação ou sugestão, funciona como uma ouvidoria. E o último meio é o sistema de envio de emails, onde eu como responsável pela comunicação da prefeitura municipal de pederneiras, envio a todas as pessoas cadastradas em minha lista informações sobre tudo que vai acontecer no município.

A utilização de mídias próprias em detrimento dos meios de comunicação de massa privados parece estar se mostrando como a melhor solução para a divulgação de informações.

Programas de rádio, TV, redes de outdoors, panfletos, cartazes, sites na internet são alguns dos exemplos de mídias utilizadas.

Algumas prefeituras, entretanto, parecem estar mais preocupadas em apenas disseminar informações através de um bom relacionamento com a imprensa, alegando falta de verba. Esquecem-se que nem sempre seus feitos serão cobertos pela mídia e que mesmo assim a população precisa ser informada.

Alguns canais citados como sites, programas de rádio e a ouvidoria permitem a participação do munícipe, mas vale ressaltar que esses canais de interação com a população precisam ser ativos, trazendo respostas satisfatórias e em tempo hábil para as questões levantadas.

Quadro 19 – Sobre a utilidade dos sites disponibilizados pelos setores públicos no que concerne à prestação de serviços de utilidade pública no Brasil

Profissional	Resposta
Participante 1	Acho que temos avançado na disponibilização de serviços on-line, mas ainda há muito o que conquistar. Hoje os espaços na internet permitem obter uma grande quantidade de informações - volume impensável há pouco mais de 10 anos - e realizar serviços que antes exigiam presença nos guichês de atendimento. Acho que temos melhorado muito.
Participante 2	A utilização tem sido abaixo das possibilidades. No entanto, há que se levar em conta, novamente, as peculiaridades do seu público-alvo.
Participante 3	Os sites ainda funcionam como um folder eletrônico. Precisamos avançar em questões como interatividade e serviços pela rede.
Participante 4	Geralmente são pobres e pouco atrativos. No nosso caso estamos trabalhando há três anos para utilizarmos formas mais adequadas para esta importante ferramenta. Ao contrário de muitas administrações, descartamos momentaneamente o foco pelo atendimento de demandas físicas (pedidos de serviços, por exemplo), pois sabemos das limitações da “máquina” que administramos e não podemos cometer o suicídio de criar um novo canal de demanda, pois poderíamos “sufocar” os setores encarregados dos tais serviços, gerando insatisfação. Nossa opção é por um site de informações, que busque integrar mais os cidadãos. Estamos iniciando o uso de som e vídeo, planejamos ações no Second Life para 2008, e preparamos um festival de web vídeo, com apoio de cursos específicos nos 17 pontos de cultura da cidade. Esperamos com isso formar uma rede de colaboradores em toda cidade. Enviamos diariamente webmail para 2400 formadores de opinião, com os principais destaques daquele dia.
Participante 5	Acho muito importante os sites disponibilizados pelos setores públicos. O problema é que muitos hoje exercem apenas um papel informativo. Nosso trabalho na FAMURS também é de incentivar que os sites das prefeituras se voltem mais para a prestação de serviços e temos alguns bons exemplos, como por exemplo o da cidade de Bento Gonçalves. Sabemos que a internet atinge ainda um público pequeno, mas não podemos negar sua importância e crescimento. Cada vez mais pessoas estão tendo acesso. Mas é claro que ela não pode ser usada como único meio de informação, mas sim como mais um. Os outros meios de comunicação com o público citei nas perguntas de anteriores.
Participante 6	A prefeitura municipal de Bauru aposta na utilização do seu site para prestação de serviços e, por isso, o setor de tecnologia de informática disponibiliza uma série de serviços on-line à população, que podem ser conferidos em www.bauru.sp.gov.br .

	Além disso, entendemos que é dever do município disponibilizar informações gerais a respeito da cidade e endereços dos órgãos públicos, como escolas, unidades de saúde, bibliotecas e outros. O conteúdo jornalístico também possui um espaço considerável no site, disponibilizando a população as mesmas informações que são encaminhadas à imprensa.
Participante 7	O Brasil está com um avanço muito grande na área de serviços pela internet, porém ainda precisa de muitas mudanças devido ao fato de muitas pessoas não possuírem acesso a internet. A utilidade é muito grande, pois facilita a população no conhecimento das ações do governo, seja ele municipal, estadual ou federal. Com uma simples visita on-line o munícipe fica sabendo onde é investido cada centavo de seu imposto, as obras, eventos, e tudo que está sendo realizado. Além disso, ele tem acesso a inúmeros serviços on-line sem sair de casa.

A utilização dos sites na esfera municipal parece gerar um consenso: todos os participantes consideram-nos uma ferramenta muito importante para a efetivação da comunicação, mas este é um canal que ainda precisa ser implementado.

Como foi dito por um dos respondentes, o site não pode ser considerado apenas um folder eletrônico, onde as informações estão disponibilizadas apenas para conhecimento da população. É preciso que ele ofereça serviços de utilidade pública, permita o intercâmbio de informações e a interatividade do público, sendo mais um canal de comunicação entre o Estado e a sociedade.

Porém, há que se levar em conta, o baixo nível de acesso à internet da população brasileira. Por isso, não se pode concentrar todos os esforços nesse meio de comunicação, que atinge apenas uma camada da população que não é aquela que muitas vezes mais necessita de informações.

Quadro 20 – Comentários adicionais

Profissional	Resposta
Participante 1	-
Participante 2	-
Participante 3	-
Participante 4	Comunicação pública é fascinante. Não é tão glamurosa, não recebe prêmios internacionais, mas, em minha opinião terá grande futuro, principalmente quando as instituições de ensino acordarem para as necessidades deste mercado. Traz problemas complexos devido às suas particularidades, desafia nossa capacidade de ação e reação diariamente, exige concentração absoluta (sete dias por semana, celular ligado dia e noite, etc.), contribui decisivamente para o sucesso ou fracasso de um governo, mas principalmente, proporciona uma visão da sociedade que as outras formas de comunicação têm muita dificuldade em proporcionar.
Participante 5	Gosto muito do trabalho que exerço na FAMURS, pois além de tratar com os 496 municípios, cada um com sua característica própria, lido com uma imensa gama de assuntos, nas mais diversas áreas: saúde, educação, cultura, informática, entre vários outros. Meu trabalho é voltado ao interesse público, buscando melhorar a qualidade de vida das pessoas. E isso me satisfaz completamente.
Participante 6	-
Participante 7	-

2.2.6 Considerações sobre a pesquisa

No decorrer da pesquisa foi possível verificar que os responsáveis pela comunicação nas prefeituras municipais ainda enxergam a comunicação pública somente como aquela realizada por um órgão público, ou seja, confundem-na com comunicação governamental.

Não estão atentos aos novos conceitos e limites que a comunicação vem tomando, e por isso muitas vezes seu trabalho se resume ao envio de releases e divulgação das ações realizadas pelo governo através das mídias de massa tradicionais.

Deve-se levar em conta, no entanto, que a mentalidade de muitos políticos que ainda não consideram a comunicação como uma área estratégica em seu governo, dificulta o trabalho das assessorias. No entanto, para contornar essas situações é preciso usar a criatividade e dispor de meios alternativos para cumprir com o seu papel de comunicador.

É parte também do trabalho do comunicador estabelecer canais de comunicação, interatividade e participação da população que efetivamente funcionem e que promovam o engajamento desta com a administração pública para que os cidadãos não fiquem somente na posição de expectadores sobre o que acontece em sua cidade.

Para complementação do estudo, realizou-se também pesquisa documental em sites de prefeituras municipais. O relatório está apresentado a seguir.

2.3 Relatório de Pesquisa documental realizada em sites de prefeituras municipais

2.3.1 Justificativa

A era da informatização abriu novos horizontes para o mundo e, do mesmo modo, para a comunicação. Dessa maneira, o governo, assim como as organizações privadas, sentiram a necessidade de estarem incluídos nesse mundo digital.

No entanto, esta inclusão deve obedecer alguns critérios para que seja eficaz e não apenas mais uma ferramenta mal utilizada pelo setor. Os aspectos relacionados a esse processo vão desde a programação visual do site até seu conteúdo e interatividade. E é isso que se buscou mostrar com esta pesquisa documental.

2.3.2 Objetivos

A pesquisa teve como objetivos identificar o modo como estão sendo organizadas as informações e de que forma estão sendo colocados em prática os princípios da comunicação pública nos sites das prefeituras municipais.

As ferramentas, estratégias e utilização das possibilidades de interação criadas pela internet foram alguns dos itens analisados.

2.3.3 Metodologia

Para análise dos sites das prefeituras, foram utilizados os critérios disponibilizados em dois diferentes formulários, dos quais foram selecionados alguns itens que possibilitassem um diagnóstico da comunicação realizada pelas prefeituras através dessa ferramenta virtual.

Os critérios utilizados foram extraídos de dois diferentes roteiros: Variáveis para avaliação do nível de utilização da Internet pelos governos municipais e

estaduais dos EUA proposto por STOWERS (1999)² e dos critérios propostos por Lira (2007, p. 5-7).

Os sites foram escolhidos considerando os respondentes da pesquisa anterior, realizada com assessores de comunicação das prefeituras. Foram analisados os sites das cidades representadas pelos assessores que responderam a pesquisa.

2.3.4 Apresentação dos resultados

Para uma visualização mais adequada do conteúdo e, considerando os critérios definidos, as informações foram sistematizadas em quadros específicos. Alguns critérios continham muitos itens e por isso foi preciso dividi-los em dois quadros para que as informações fossem melhor organizadas.

² Critério anexo à dissertação de mestrado de VILELLA, Renata Moutinho. **Conteúdo, Usabilidade e Funcionalidade: três dimensões para a avaliação de portais estaduais de Governo Eletrônico na Web.** Disponível em: <<http://dspace.lcc.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/LHLS-6ABPM6/1/mestrado+-+Renata+Moutinho+Vilella.pdf>> Acesso em: 3 set 2007.

Quadro 21 - Identificação dos portais

Cidade/ Estado	Endereço eletrônico
Guarulhos/ SP	www.guarulhos.sp.gov.br
Vitória/ ES	www.vitoria.es.gov.br
Nova Odessa/ SP	www.novaodessa.sp.gov.br
Pederneiras/ SP	www.pederneiras.sp.gov.br
Bariri/ SP	www.bariri.sp.gov.br
Bauru/ SP	www.bauru.sp.gov.br

Quadro 22 – Informações oferecidas

Portal	Informações oferecidas
Guarulhos/ SP	Sobre a cidade (cinema, agenda cultural, aeroporto, hotéis, história, dados geográficos e físicos); Diário Oficial; Contas Públicas; Licitações agendadas; Pregão eletrônico; Releases.
Vitória/ ES	História da cidade, Dados censitários, Escolas municipais, Feiras, Facitec, Leis, Procon, Símbolos do município, Unidades de Saúde; Releases.
Nova Odessa/ SP	Sobre a cidade (história, brasão, dados gerais, agenda cultural...); notícias; Legislação; Finanças públicas; Licitações, Indústria e Comércio; Releases.
Pederneiras/ SP	Setores: Social, Educação, Cultura, Saúde, sobre a cidade (história, aspectos gerais, turismo, eventos, agropecuária, símbolos municipais), hidrovias; Releases.
Bariri/ SP	Sobre a cidade, Ação social, Educação, Diretorias, Saúde (endereços), símbolos oficiais, Turismo, Vigilância Sanitária, Releases.
Bauru/ SP	Sobre a cidade, símbolos municipais, sobre o prefeito, Leis, Localização, Informações geográficas, Plano de Saúde, Radares; Releases.

Todos os portais apresentam informações básicas sobre a cidade, como sua história, dados geográficos e releases informando as ações da prefeitura. As notícias podem ser mais tendenciosas ou isentas, dependendo das características de cada assessoria.

Alguns portais têm uma preocupação maior em disponibilizar informações em diversas áreas, oferecendo uma maior gama de conhecimento sobre a cidade para a população.

Quadro 23 – Interatividade

Portal	Inclusão de endereços de e-mails	Livro de visitas	Ferramenta de busca	Permissão para comentários
Guarulhos	Não há.	Não há.	Somente para notícias	Não há.
Vitória	Não há.	Não há.	Existe a ferramenta de busca para todo o site.	Há diversos canais onde o cidadão pode postar comentários.
Nova Odessa	Não há.	Não há.	Somente para notícias.	Nos Links <i>Ouvidoria</i> e <i>Fale com o prefeito</i> pode-se postar comentários.
Pederneiras Bariri	Não há. Não há.	Não há. Não há.	Não há. Somente para notícias.	Não há. É possível escrever comentários no Fale Conosco.
Bauru	Não há.	Não há.	Não há.	Em todos os links de secretarias há o item <i>contato</i> que permite postar comentários.

Quadro 24 – Interatividade (continuação)

Portal	Seção grupos de discussão	para Conferências de	Formulários on-line
Guarulhos	Não há.	Não há.	Estão disponíveis diversos formulários nas áreas de finanças, desenvolvimento urbano, protocolo, saúde, etc.
Vitória	Não há.	Não há.	Estão disponíveis vários formulários em diversos setores.
Nova Odessa	Não há.	Não há.	Não há.
Pederneiras Bariri	Não há. Não há.	Não há. Não há.	Não há. Não há.
Bauru	Não há.	Não há.	Estão disponíveis alguns formulários on-line na área de finanças.

De maneira geral, a interatividade dos portais é muito baixa. A unanimidade são as ausências de livro de visitas e de espaço destinado à inclusão de endereços de e-mail para receber informações.

A ferramenta de busca, tão importante para um site com tamanha quantidade de informações, como são os das prefeituras, está presente em apenas em um portal, o de Vitória, que é também o canal mais completo e com maior interatividade. Três portais apresentam busca somente para a área de notícias e dois sequer disponibilizam a ferramenta.

Quanto à permissão para comentários, quatro portais apresentam espaços destinados a essa finalidade; no entanto, não há indicação para onde os comentários são enviados, já que não ficam disponíveis *on-line*, ou seja, não é possível verificar os comentários postados por outros internautas, nem ter acesso ao seu.

Nenhum portal apresenta canais para discussão, fóruns entre internautas, ou mesmo entre os servidores e a população. Os sites parecem servir apenas para transmitir informações e receber reclamações.

Cabe aqui o seguinte posicionamento:

Comunicação Pública é 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 (BRANDÃO, 2007, p.5)

Levando-se em conta a citação de Brandão, e os princípios da comunicação pública já destacados anteriormente, a ferramenta digital pode e deve ser utilizada como uma fonte de interatividade com a população.

Somente a prefeitura de Vitória proporciona a participação direta dos cidadãos no “Orçamento Participativo”. É possível opinar pelo site quais são os setores da cidade mais importantes para realizar investimentos. É uma iniciativa ainda restrita de participação, mas já é possível vislumbrar outras formas de interatividade a partir desta.

Quadro 25 – Promoção

Portal	Turismo	Desenvolvimento econômico	Desenvolvimento de negócios
Guarulhos	Há o links <i>Turismo de Negócios</i> com informações referentes ao setor hoteleiro e de eventos na cidade.	Há um texto com base em informações do IBGE, SEADE, Infraero com características econômicas e populacionais da cidade, que transmitem a imagem de um pólo econômico forte.	O tópico <i>Invista em Guarulhos</i> traz informações sobre incentivos fiscais para empresas que queiram se instalar em Guarulhos, além de destacar o potencial econômico (industrial, comercial e de prestação de serviços) da cidade.
Vitória	Há um link sobre o Turismo da cidade que conta com informações: sobre a cidade, como chegar, o que ver, turismo náutico, tour virtual e serviços.	O link <i>Guia do investidor</i> traz diversas informações sobre a economia da cidade, o mercado de trabalho e a infra-estrutura disponível na cidade.	Ainda no link <i>Guia do investidor</i> , há o guia <i>oportunidades de negócios</i> com as atividades e perspectivas dos setores econômicos de Vitória e informações sobre a concessão de uso de áreas públicas.
Nova Odessa	Não há	Há um vídeo institucional da cidade que destaca, entre outros, o aspecto econômico da cidade. Há também um link com texto sobre a indústria e comércio.	Destacado apenas no vídeo institucional.
Pederneiras	Há o link <i>Turismo</i> com os pontos turísticos, lugares históricos, clubes, Rios e Parques ecológicos da	Os aspectos econômicos da cidade são destacados no vídeo institucional somente. Não há	Destacado apenas no vídeo institucional.

	cidade.	mais nenhuma referencia a isso no site.	
Bariri	No link <i>Turismo</i> há algumas informações sobre os pontos turísticos da cidade, bem como links de <i>onde comer</i> e <i>onde ficar</i> .	Não há.	Não há.
Bauru	No link da secretaria de <i>desenvolvimento</i> há o item turismo, mas não há informações turísticas sobre a cidade, apenas os telefones de órgãos relacionados ao setor.	No link da Secretaria de Desenvolvimento destacam-se alguns aspectos econômicos da cidade.	O link <i>Invista em Bauru</i> elenca alguns motivos para o desenvolvimento de novos negócios na cidade, como incentivos fiscais, localização, infraestrutura, etc.

Quadro 26 – Promoção (continuação)

	Educação	Transportes
Portal Guarulhos	Traz informações básicas (números) sobre a educação, o ensino na cidade. Há links complementares sobre cursos e faculdades.	Há um link com os itinerários dos ônibus, além da localização de pontos de táxi, informações sobre transporte público.
Vitória	Traz diversas informações sobre a o setor de educação da cidade, como escolas, inclusão digital, vagas, uniformes.	Traz informações sobre recursos de multas, táxis, dicas de trânsito, interdição de vias e itinerários de ônibus.
Nova Odessa	Destacado apenas no vídeo institucional.	Há um link com os horários das linhas de ônibus intra e intermunicipais
Pederneiras	As informações sobre Educação estão mal organizadas. Não há destaque para nenhum item, todos os tópicos parecem ser notícias sobre o tema.	Não há.
Bariri	Traz dados quantitativos sobre a educação (n. de escolas, creches)	Não há.
Bauru	No link da Secretaria de Educação apenas há	Para o segmento dos transportes, há somente o

explicação sobre quais são as atividades referentes a mesma e os endereços e telefones das escolas. link *EMDURB* com endereço, telefone e site da empresa.

De maneira geral os portais apresentam informações relacionadas ao turismo, mas apenas alguns realmente promovem o setor na cidade, relacionando os pontos turísticos, locais para alimentação e alojamento, mapas e serviços relacionados.

No quesito de promoção ao desenvolvimento econômico e de negócios, três portais (Guarulhos, Vitória e Nova Odessa) destacam-se entre os sete, ao destacar as características econômicas da cidade, como setores econômicos mais desenvolvidos, dados geográficos, sobre a população. Apresentam também informações sobre incentivos fiscais oferecidos, infra-estrutura disponível, perspectivas e potencial econômico da cidade.

Apenas em dois portais (Guarulhos e Vitória) há informações relevantes a respeito do setor da educação, como escolas, faculdades, cursos oferecidos na cidade. De maneira geral, os sites pouco informam a respeito de educação, não se configurando, como uma fonte de informações precisa.

Em se tratando de transporte, três portais (Guarulhos, Vitória e Nova Odessa) disponibilizam informações nesse sentido como itinerários e linhas de ônibus, pontos de táxi, consulta de recursos de multas. Pode-se considerar que o canal ainda não é aproveitado em sua totalidade como prestador de serviço à população.

Quadro 27 – Oferta de serviços

Portal	Serviços on-line em geral	Reclamações recebidas on-line	Formulários para download
Guarulhos	Previsão do tempo; feiras-livres; telefones e endereços úteis; pesquisa cesta básica.	Não há. Somente é possível encaminhar e-mail para ouvidoria ou entrar em contato pelo 0800.	Há vários formulários para download no link <i>Acréscimos legais, editais, taxas e portarias</i> ,
Vitória	O site oferece diversos serviços on-line como: andamento de processos, autenticidade de certidão, caderno de encargos, certidão de débitos, declaração de ISS entre outros.	É possível fazer reclamações on-line para vários segmentos da prefeitura.	Não encontrado. Todos os formulários parecem ser on-line.
Nova Odessa	Não foi possível acessar nenhum serviço.	Link ouvidoria.	Não há.
Pederneiras	Não há.	Não há. No link <i>nossos endereços</i> estão catalogados os e-mails de cada setor da prefeitura, mas não há nenhum serviço disponível on-line.	É possível fazer o download do <i>formulário de cadastro de fornecedor</i> , da <i>ficha de inscrição cadastral para ISSQN</i> , de algumas leis, decretos e dois programas (winzip e acrobat reader).
Bariri	Mapa com distancias e cidades ao redor de Bariri, Informações sobre Banco do povo, Telefones úteis, Calendário de eventos.	No link <i>Fale Conosco</i> .	Não há.
Bauru	Agenda de eventos, Localizador de ruas, previsão do tempo.	Cada secretaria possui um link de contato.	Há formulários para download no link <i>Finanças</i> .

Quadro 28 – Oferta de serviços (continuação)

Portal	Acesso à prestação de contas	Consulta a vagas de trabalho
Guarulhos	Pode-se acessar às finanças da cidade no link <i>Contas Públicas</i> .	Na página inicial há um ícone para a busca de vagas.
Vitória	O link <i>Orçamento 2007</i> traz as informações referentes à prestação de contas.	Não foi encontrado.
Nova Odessa	Há o link <i>Finanças públicas</i> , que oferece dados sobre a administração.	Há o link <i>Banco Municipal de Empregos</i> , no qual é possível também cadastrar e procurar currículos,
Pederneiras	Estão disponíveis apenas os exercícios dos anos de 2004 e 2005.	Somente para os concursos da prefeitura.
Bariri	No link <i>Finanças</i> estão especificados os gastos e receita da prefeitura.	Não é possível consultar on-line. Somente há um link com informações sobre o <i>PAT (Posto de Atendimento ao Trabalhador)</i> .
Bauru	Não foi encontrado.	Não foi encontrado.

A maior parte dos portais oferece serviços básicos, como previsão do tempo, telefones úteis e alguns serviços específicos de cada cidade. Apenas o site de Vitória presta serviços mais relevantes, ao destacar em sua página inicial todos os serviços oferecidos, entre eles: andamento de processos, autenticidade de certidão, caderno de encargos, certidão de débitos, declaração de ISS, todos disponíveis on-line.

Conforme mencionado na pesquisa anterior, pode-se pensar que oferecer serviços *on-line* sobrecarregaria as repartições públicas ainda mais. No entanto, com um sistema funcional, é possível realizar atendimentos *on-line* com menos burocracia e utilizar os sites para fornecer explicações e formulários para *download*. Isso proveria mais rapidez e agilidade, desafogando os “serviços de balcão”.

Na maior parte dos portais as contas públicas estão disponíveis para acesso. No entanto, as informações não são explicativas. Em sua maioria tratam-se de planilhas extensas de difícil entendimento.

O que fica claro é que esse link está disponível somente por se tratar de uma obrigação da lei, já que não há nenhum esforço no sentido de esclarecer as informações em uma linguagem mais adequada para pessoas leigas em contabilidade.

Quanto à disponibilidade de consultar vagas on-line, apenas dois portais (Guarulhos e Nova Odessa) oferecem esse serviço de maneira mais abrangente. Nos outros ou não há o serviço ou a oferta é parcial, sendo somente para os concursos públicos ou disponibilizam somente a canal de informação que presta esse serviço, como é o caso dos PATs (Posto de Atendimento ao Trabalhador).

O que se pode questionar neste tópico é a frequência de atualização destas listas, se realmente é feito um acompanhamento daquelas que já foram preenchidas, já que não há nenhuma informação neste sentido.

Quadro 29 – Organização do site

Portal	Modo como as informações estão organizadas	Recursos utilizados	Facilita o acesso do internauta as informações
Guarulhos	Estão categorizadas por áreas de interesse como serviços, prefeitura, empresaria, cidade. No entanto, a medida que alguns links são acessados, outros vão se abrindo, o que dificulta para localizar algumas informações rapidamente.	O site é bem simples, não utiliza muitos recursos visuais. Por isso é rápido e fácil para acessar. Não há também muito destaque/diferenciação entre os tópicos.	O site traz muitas informações de interesse da população, no entanto, poderia ter uma organização mais dinâmica que facilitasse o acesso a elas.
Vitória	As informações estão categorizadas por áreas de interesse como: guia, serviços on-line, interesse público.	O site utiliza diferentes cores o fontes de letras, banners animados, ilustrações	Sim. A categorização facilita o acesso à informação.
Nova Odessa	As informações estão categorizadas por áreas de interesse, como prefeitura, serviços on-line e cidade, o que facilita a busca.	O site é colorido, há algumas ilustrações que diminuem a seriedade.	Alguns links não estão funcionando, mas não há explicação ou razão. Estando fora na página inicial, alguns links desaparecem. O site é um pouco confuso.
Pederneiras	Os links estão divididos por áreas de interesse, no entanto estão em duas etapas, nas laterais do site, com as notícias no espaço intermediário. A fonte e o tamanho das letras são os	São utilizadas algumas fotos que ilustram bem o site. Poderiam ser usados mais recursos para diferenciar as informações.	O site não possui muitas informações, o que facilita o acesso àquelas disponíveis.

	mesmos, o que atrapalha e confunde um pouco a leitura.		
Bariri	Os links estão categorizados em ordem alfabética. Não há divisão entre serviços, informações, etc.	O site utiliza cores que destacam os links, negrito para diferenciar os tópicos e fotos.	A organização por ordem alfabética não parece ser a mais eficaz. À exceção disto, não há dificuldades para acessar o site.
Bauru	As informações estão categorizadas por secretarias, o que dificulta encontrar informações gerais de maneira rápida.	O site utiliza recursos interessantes, como animações, fotos, cores, fontes diferenciadas para tópicos.	Não facilita no sentido que as informações estão sempre inseridas em algum link, o que dificulta sua localização. À primeira vista, o site parece ser pouco informativo.

Quadro 30 – Organização do site (continuação)

Portal	Arquivos áudio/ vídeo disponíveis	Ajuda	Estatísticas disponíveis on-line
Guarulhos	Diversos arquivos de vídeo, intitulados “Acontece em Guarulhos” estão disponíveis.	Não há	No link <i>A cidade</i> há o tópico <i>Estatísticas e Geografia</i> (inclui aspectos físicos, populacionais...)
Vitória	Não há.	Não há.	Sim, no link <i>Dados censitários</i> .
Nova Odessa	O único arquivo disponível é o vídeo institucional.	Não há.	Há estatísticas no link de informações gerais sobre a cidade.
Pederneiras	O único arquivo disponível é o vídeo institucional.	Não há.	Dentro do link <i>cultura</i> há o relatório de pesquisa realizada durante uma feira da cidade. Em <i>aspectos gerais</i> estão estatísticas relativas à cidade.
Bariri	Não há.	Não há.	Há o link <i>Dados estatísticos</i> com informações sócio-econômicas da cidade.
Bauru	Não há.	Não há.	Nos links <i>Dados Geográficas</i> e <i>Perfil</i>

SEADE há informações sócio-econômicas e demográficas.

A maneira como o portal é organizado é de extrema importância para o entendimento e localização das informações. Categorizá-las de acordo com as áreas de interesse como “a cidade”, “serviços”, “prefeitura” mostra-se como o modo mais eficaz para a busca de informações.

Os responsáveis pelos sites precisam levar em conta também a linguagem utilizada na internet, que precisa ser atrativa para estimular a visita do internauta, sem textos muito extensos e recursos gráficos como cores, tipos de letras e ilustrações, deixando o acesso mais agradável e dinâmico. Alguns dos portais pesquisados (Guarulhos, Pederneiras) precisam rever esse quesito.

Sobre essa abordagem, Matos (2000, p. 2) destaca que “o instrumental técnico, por si só, não *cria* condições favoráveis ou desfavoráveis para as organizações”, tendo portanto que ser adequado ao público a quem está destinado.

Quanto à facilidade de acesso, cada portal possui uma dinâmica diferente. É preciso que fique claro para o internauta, logo na página inicial, que informações poderão ser encontradas no site, para que o cidadão não perca muito tempo para encontrá-las e acabe desistindo. Os *links* devem estar aparentes; no entanto sem provocar poluição na tela.

À exceção do site de Guarulhos, que apresenta diversos arquivos de vídeo, com diferentes reportagens sobre o andamento da administração, eventos, obras, fatos da cidade, os portais não apresentam arquivos de vídeo, apenas dois possuem vídeo institucional.

Quadro 31 – Atualidade

Portal	Indicação de data nas páginas	Seção “o que há de novo no site”
Guarulhos	Não há.	Não há.
Vitória	Não há.	Não há.
Nova Odessa	Não há.	Não há.
Pederneiras	Sim, em todas as páginas.	Não há.
Bariri	Sim, em todas as páginas.	Não há.
Bauru	Não há.	Não há.

A preocupação em indicar a atualidade das informações não faz parte da rotina da maioria dos portais. No entanto, apenas apresentar a data não indica também que as informações são atualizadas diariamente.

É importante que o cidadão saiba quando a informação foi inserida, para que o portal tenha um caráter de confiabilidade e transparência.

Do mesmo modo que a ferramenta de busca dinamiza o acesso às informações, mostrar “o que há de novo no site” facilita a localização de dados importantes que, muitas vezes, poderiam estar escondidos em *links* específicos. Esse tópico está intimamente relacionado ao quesito da atualidade, pois com essa seção é possível atestar o que está sendo produzido pela assessoria, as melhorias realizadas no site, deixando transparecer a imagem de preocupação com o cidadão.

2.3.5 Considerações finais sobre a pesquisa

Levando-se em conta os princípios da Comunicação Pública, pode-se inferir que todos os sites ficaram abaixo da expectativa daquilo que seria o ideal para uma ferramenta de comunicação entre o Estado e a sociedade.

Conforme exposto anteriormente, no Brasil ainda há muito o que se evoluir nesse quesito. Há que se considerar também que o acesso à internet não está disponibilizado à maioria da população e que existem outros canais de maior abrangência e importância para o serviço público.

Entretanto, quando se propõe a concretização de uma ferramenta como são os sites, é preciso atender a alguns requisitos básicos para que o veículo possa, aos poucos, conquistando seu espaço e gerando credibilidade para os serviços que oferece.

Para que os portais das prefeituras alcancem o patamar desejável, é preciso anteriormente que os responsáveis pela comunicação estejam cientes de todos os aspectos que englobam a comunicação pública e não realizem somente a comunicação governamental ou política.

Considerações Finais

Considerações Finais

O estudo buscou abordar reflexões acerca da temática da comunicação realizada pelas assessorias de prefeituras municipais, utilizando-se como suporte os conceitos e princípios da comunicação pública.

Priorizou-se também, por intermédio da pesquisa realizada com estudiosos da área de comunicação pública, extremamente enriquecedora para o estudo, buscar informações que norteassem os caminhos que estão sendo traçados nesse campo, que, além de mostrar o posicionamento de profissionais, por meio de suas pesquisas, destacou também os trabalhos que desenvolvem nesta área.

Na pesquisa desenvolvida com profissionais atuantes em assessorias de comunicação de prefeituras municipais, pôde-se notar o imenso abismo que há entre a teoria e a prática, haja vista a desinformação dos mesmos em relação aos conceitos e princípios que norteiam a prática da comunicação pública. As estratégias, ferramentas e canais utilizados pelas assessorias não levam em consideração o caráter participativo da sociedade neste processo, visando a formação da cidadania. A atividade principal é informar o público sobre o que está sendo realizado. De acordo com os relatos, ao menos parece haver a intenção de realizar esse trabalho da maneira mais transparente e ética possível.

Já na pesquisa realizada com os portais das prefeituras, foi possível corroborar a falta de interatividade entre o Estado e a sociedade, já que os sites oferecem poucos canais para desenvolver comunicação efetiva com a população, e as existentes são apenas no sentido cidadão – Estado. Alguns serviços estão começando a ser oferecidos, mas ainda é possível implementá-los de maneira que não funcionem apenas como “folders eletrônicos”, divulgando notícias e fatos relativos à prefeitura, mas que efetivamente possam ser tratados como mais um canal de informação e interação da população. Aproveitando-se das diversas tecnologias existentes, que vêm se atualizando a cada dia, não é difícil otimizar a utilização dos portais para que sejam adequados às características de uma comunicação pública eficiente.

Dessa maneira, legitima-se a afirmação de Matos (1999 apud SILVA *et al.* 2006, p. 7) que diz:

há um abismo entre o círculo de tomada de decisões políticas e o homem comum, um afastamento entre profissionais de comunicação, os políticos e as elites do resto da sociedade, não dando conta do funcionamento da vida democrática.

Há muito que se desenvolver no âmbito da teoria e mais da prática da comunicação pública. É necessário, no entanto, que cada agente deste processo: cidadãos, governo, terceiro setor, as empresas, o profissional de comunicação tenha consciência de sua atuação neste contexto e possa exercer sua participação no sentido de promover e fortalecer a democracia no país.

Referências

Referências

ANDRADE, C. T. S. A. **Administração das relações públicas no governo**. São Paulo: Ed. Loyola, 1982.

BRANDÃO, Elizabeth. **Comunicação Pública**. Disponível em: <<http://www.fafich.ufmg.br/~larp/brandao.rtf>> Acesso em: 6 nov 2007.

DECKER, C. B., MICHEL, M. A imagem nas organizações públicas: Uma questão de política, poder, cultura e comunicação – Estudo de caso INSS em Pelotas. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/decker-cleiton-michel-margaret-imagem-nas-organizacoes.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2007.

DORNELLES, S. M. G. O espaço das Relações Públicas no cenário da comunicação política. Salvador: INTERCOM 2002. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunicacaoecidadania/0165.pdf> Acesso em: 20 set. 2007.

DUARTE, J. **Instrumentos de comunicação pública**. In: _____. Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

HASWANI, M. F. **Comunicação Governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira**. Comunicação Pública e Comunicação Governamental. São Paulo, v. 3, n. 4, p. 59-73, 1º semestre 2006.

LIRA, E.C.S. **Critérios para análises de sites**. Disponível em: <<http://www.snbu2006.ufba.br/soac/viewpaper.php?id=180>>. Acesso em: 20 ago. 2007.

MATOS, H. **Comunicação Política e Comunicação Pública**. Comunicação Pública e Comunicação Governamental. São Paulo, v. 3, n. 4, p. 59-73, 1º semestre 2006.

MATOS, H. **Comunicação Pública, esfera pública e capital social**. In: _____. Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

MATOS, H. **Tecnologias de Comunicação a serviço das Relações Públicas**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 23, 2000. Resumos eletrônicos.

Manaus: Intercom, 2000. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/teoriaseconceitos/0085.htm>

MONTEIRO, G. F. **A singularidade da comunicação pública.** In: _____. Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, M. J. da C. **Gestão Pública, Comunicação e Cidadania: o caso da prefeitura municipal de Campinas.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 26, 2003. Resumos eletrônicos. Belo Horizonte: Intercom, 2000. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/outrasareas/comunicacaoecidadania/0207.pdf>>. Acesso em: 6 set. 2007.

PEREIRA, L. C. B. A reforma do aparelho do Estado e a Constituição Brasileira. Conferência nos seminários sobre a reforma constitucional realizados com os partidos políticos. Brasília, 1995. Disponível em: <<http://www.bresserpereira.org.br/papers/1995/98.ReformaAparelhoEstado&Constituicao.pdf>>. Acesso em: 6 set. 2007.

RIGITANO, M. E. C. **Da política e suas atribuições.** Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/outrasareas/comunicacaoecidadania/0234.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2007.

SILVA, J.Q.; STASIAK, D.; FOSSÁ, M.I.T. **Comunicação social em instituições públicas: estudo de caso do Poder Legislativo de Santa Maria-RS.** Unirevista.

TOQUATO, G. **As distorções da Comunicação Política.** Entrevistadores: L. de Farias; M. Haswani e P. Filho. São Paulo: Organicom, 2006. Entrevista concedida a Revista Organicom do 1º semestre de 2006.

TOQUATO, G. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

VIEIRA, R. M. **Conteúdo, Usabilidade e Funcionalidade: três dimensões para a avaliação de portais estaduais de Governo Eletrônico na Web.** Disponível em: <<http://dSPACE.lcc.ufmg.br/dSPACE/bitstream/1843/LHLS-6ABPM6/1/mestrado+-+Renata+Moutinho+Vilella.pdf>>. Acesso em: 3 set 2007.^

www.bariri.sp.gov.br. Acesso em: 5 out. 2007.

www.bauru.sp.gov.br. Acesso em: 5 out. 2007.

www.guarulhos.sp.gov.br. Acesso em: 5 out. 2007.

www.novaodessa.sp.gov.br. Acesso em: 5 out. 2007.

www.pederneiras.sp.gov.br. Acesso em: 5 out. 2007.

www.vitoria.es.gov.br. Acesso em: 5 out. 2007.

ANEXOS

ANEXO 1 – Instrumento de Pesquisa – pesquisadores/estudiosos da área de comunicação pública

BLOCO I

- Qual sua formação acadêmica?
- Qual sua área de atuação?
- Há quanto tempo trabalha e/ou pesquisa sobre Comunicação Pública?

BLOCO II

- Como avalia a utilidade da comunicação pública nos diferentes cenários do contexto brasileiro? (prefeituras/estado/governo federal)
- Poderia estabelecer relação entre a forma como se pratica Comunicação Pública x eficácia (em termos de acessibilidade por parte da população).
- Comente sobre democratização da informação x princípios da comunicação pública.
- Que estratégias considera mais eficazes em se tratando de comunicação pública e considerando os aspectos culturais, sócio-econômicos e políticos no Brasil?
- Poderia avaliar a produção do conhecimento sobre Comunicação Pública e a forma como tem sido socializada/ compartilhada no âmbito das entidades/universidades.
- Poderia estabelecer um paralelo entre comunicação pública, comunicação política e comunicação governamental?
- Em um país como o Brasil, onde aproximadamente 22% da população acima dos 10 anos de idade utilizam a internet, no seu modo de ver, qual tem sido a utilidade dos sites disponibilizados pelos setores públicos no que concerne à prestação de serviços de utilidade pública?

ANEXO 2 - Instrumento de pesquisa – profissionais que atuam no serviço público

BLOCO I

- Qual sua formação acadêmica?
- Cargo que ocupa no serviço público/tempo de atuação?
- Há quanto tempo trabalha com comunicação pública?

BLOCO II

- O que entende por comunicação pública?
- Como avalia a utilização da comunicação, modo geral, no serviço público?
- De que forma, no seu modo de ver, estão sendo democratizados os princípios da comunicação pública no setor em que você atua?
- Que estratégias considera mais eficazes em se tratando de comunicação pública levando-se em conta os aspectos culturais, sócio-econômicos e políticos no Brasil?
- No seu dia-a-dia, que instrumentos têm utilizado para realizar efetivamente a comunicação com a população?
- Em um país como o Brasil, onde aproximadamente 22% da população acima dos 10 anos de idade utilizam a internet **, no seu modo de ver, qual tem sido a utilidade dos sites disponibilizados pelos setores públicos no que concerne à prestação de serviços de utilidade pública?

ANEXO 3 – Critérios utilizados para avaliação dos sites das prefeituras municipais

→ Identificação dos portais

→ Informações oferecidas

→ Interatividade

- Inclusão de endereços de e-mails
- Livro de visitas
- Ferramenta de busca
- Permissão para comentários
- Seção para grupos de discussão
- Conferências
- Formulários on-line

→ Promoção

- Turismo
- Desenvolvimento econômico
- Desenvolvimento de negócios
- Educação
- Transportes

→ Oferta de serviços

- Serviços on-line em geral
- Reclamações recebidas on-line
- Formulários para download
- Acesso à prestação de contas
- Consulta a vagas de trabalho

→ Organização do site

- Modo como as informações estão organizadas
- Recursos utilizados
- Facilita o acesso do internauta as informações
- Arquivos áudio/ vídeo disponíveis

- Ajuda
- Estatísticas disponíveis on-line

→ **Atualidade**

- Indicação de data nas páginas
- Seção “o que há de novo no site”

ANEXO 4 – Critérios para avaliação de sites propostos por LIRA (2007)

Critério 1: Autoridade

- Está claro de quem é a responsabilidade da página?
- Possui um link para uma página que descreve o propósito da organização/empresa?
- Há um modo de verificar a legitimidade do responsável pela página? Traz um número de telefone ou endereço postal de contato para maiores informações?
- Está claro quem escreveu os diferentes textos disponibilizados e quais as qualificações do autor para escrever sobre os diferentes tópicos?
- O site está protegido pelo “copyright”? O nome do proprietário/responsável está indicado?

Critério 2: Precisão

- Existe mapa no site para orientar os internautas na busca de informações?
- Oferece alguma forma de busca, no caso de site ou redes?
- As informações estão livres de erros gramaticais, tipográficos e ortográficos?
- Está claramente indicado de quem é a última responsabilidade pela exatidão do conteúdo do material disponibilizado?
- No caso de existir tabelas e/ou gráficos contendo dados estatísticos, esses gráficos e/ou tabelas estão claros e são de fácil leitura?

Critério 3: Objetividade

- As informações estão disponibilizadas com característica de serviço público/utilidade pública?
- As informações estão isentas de propaganda? Estão claramente diferenciadas do conteúdo informacional?

Critério 4: Atualidade

- Existem indicações de datas nas páginas?

Critério 5: Cobertura

- Existe a indicação de que a página está completa e não mais em construção?

- Há a indicação clara de que o site está oferecendo informações completas ou se é apenas parte do trabalho?
- Há algum tipo de informação sobre a abrangência do site, em termos de alcance de assunto, áreas, autores etc?

Critério 6: Conteúdo de qualidade

- Existe coerência entre a apresentação do site e as formas utilizadas para destacar os produtos e serviços da empresa?

Critério 7: Organização das informações

- Como as informações estão organizadas? Despertam o interesse do internauta em acessar os diferentes links oferecidos?

Critério 8: Recursos visuais utilizados

- Os recursos utilizados pelos responsáveis correspondem aos interesses/necessidades/expectativas dos internautas?

Critério 9: Navegabilidade

- Facilita o acesso do internauta às informações disponibilizadas pela empresa?

ANEXO 5 - Variáveis para avaliação do nível de utilização da Internet pelos governos municipais e estaduais dos EUA proposto por STOWERS (1999 apud VILELLA, 2003).

→ **Nome do Estado/Cidade;**

→ **Endereço na Web;**

→ **Informação oferecida (exemplos):**

- Agricultura;
- Associações não-governamentais e sem fins lucrativos;
- Educação;
- *Press Releases*;
- Outras.

→ **Política de desenvolvimento:**

- Divulgação de proposta de políticas;
- Possibilidade de proposição para desenvolvimento da política de desenvolvimento;
- Divulgação de política.

→ **Interatividade:**

- Inclusão de endereços de e-mail;
- Livro de visitas;
- Ferramentas de buscas;
- Permissão para comentários;
- Formulários *on-line*;
- Aplicações *on-line*;
- Permissões *on-line*;
- Seção para grupos de discussão;
- Conferências.

→ **Promoção:**

- Turismo;
- Desenvolvimento econômico;
- Desenvolvimento de negócios;

- Educação;
- Transportes;
- Boas vindas para investidores potenciais.

→ Oferta de serviços:

- Serviços *on-line* em geral;
- Disponibilidade de informações;
- Formulários disponíveis *on-line*;
- Reclamações recebidas *on-line*;
- Consulta a vagas para trabalho *on-line*;
- Aplicações *on-line*;
- Formulários para *download*;
- Acesso a bases de dados.

→ Organização do site:

- Arquivos de áudio disponíveis;
- Ajuda;
- Estatísticas disponíveis *on-line*;
- Seção “O que há de novo no *site*”;
- Arquivos de vídeo disponíveis.