

## Relações Públicas E Comunicação Pública No Período Pós-Eleitoral Municipal

Luiza Carla Ribeiro<sup>14</sup>  
Simone Antoniaci Tuzzo<sup>15</sup>

### Resumo

O texto tem por objetivo mostrar a importância do profissional de Relações Públicas governamentais na construção da comunicação entre a administração pública municipal e seus cidadãos por meio de um planejamento estratégico que se torne uma alavanca importante na construção da cidadania. São ressaltadas algumas atividades de sustentação que promovem a fidelização do relacionamento entre governo e cidadão, permitindo ao cidadão espaço para ter voz e por sua vez a importância da comunicação pública na construção desse processo. Nesse cenário, a comunicação pública e a comunicação governamental planejada pelo profissional de Relações Públicas tem importante contribuição no processo de visibilidade, legitimidade e credibilidade à gestão pública municipal.

### Palavras-chave

Relações públicas governamentais; comunicação pública; planejamento estratégico; cidadania.

### Introdução

A administração pública é diariamente criticada e quase nunca vista como eficiente e por várias vezes alguns pequenos deslizes frente à opinião pública aumentam progressivamente a fama negativa, principalmente quando se trata de governos municipais, pelo fato da maior proximidade com os públicos e de um *feedback* mais rápido.

As Instituições Públicas municipais, cujas atividades afetam diretamente a sociedade tem o compromisso de pensar a comunicação com os seus públicos e promover a participação e o acesso aos temas de interesse público. Assim, parte-se do princípio de que por meio de um planejamento estratégico de relações públicas o gestor da comunicação pode contribuir para uma relação entre administração pública municipal e cidadão permitindo assim, o relacionamento eficaz.

Vários estereótipos são destinados às organizações públicas tais como cabide de empregos, burocracia e gastos excessivos, que ficam estagnados na mente das pessoas, se tornando entraves para obtenção do apoio público dentro do governo, principalmente quando este se trata de uma

---

<sup>14</sup> Luiza Carla Ribeiro é Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas pela Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia – FACOMB, da Universidade Federal de Goiás – UFG. Email: [luizaribeiro rp@gmail.com](mailto:luizaribeiro rp@gmail.com)

<sup>15</sup> Simone Antoniaci Tuzzo é Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ. Professora Efetiva do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia – FACOMB, da Universidade Federal de Goiás – UFG. Professora Orientadora. Email: [simonetuzzo@hotmail.com](mailto:simonetuzzo@hotmail.com)

administração local. Encerrar esses estereótipos é uma tarefa trabalhosa e que requer planejamento estratégico com foco na comunicação pública.

A comunicação pública dentro da esfera pública municipal tem por objetivo informar o cidadão de tudo o que ocorre e propiciar a sua participação nas ações do governo. Esse trabalho quando realizado por um profissional que está apto a trabalhar com diferentes públicos da organização tem chances maiores de se realizar. O Relações Públicas além de ser um profissional estratégico possui uma visão sistêmica ao desenvolver um planejamento que envolverá toda a administração.

Com um trabalho de Relações Governamentais na fidelização dos públicos e na consecução de um planejamento estratégico em que cada órgão do governo local seja trabalhado de forma específica é possível pensar em grandes chances de se obter um governo de qualidade, onde o cidadão se sinta parte atuante. Isso enaltece não só o governo como também seu governante.

### **Comunicação Pública Em Instituições Públicas**

O processo de comunicação é o que move todas as ações dos seres humanos. A palavra comunicação tem sua origem do latim *communicare*. Segundo Matos (2009, p. 2) comunicação quer dizer o mesmo que “tornar comum, partilhar, repartir, trocar opiniões (...)”. Já de acordo com o Dicionário de Comunicação Rabaça e Barbosa (2002), comunicar quer dizer participação, interação e troca de mensagens.

Não é diferente quando falamos de comunicação pública e sim, se torna ainda mais importante os conceitos de participação, interação e troca de mensagens definidos como efeitos da comunicação. No Poder Público é sempre necessário a construção de uma comunicação voltada para os cidadãos, situando-se no espaço público, aberto a participação de todos e disposto a manter sempre troca de mensagens.

No Brasil esse processo de participação dos cidadãos na esfera governamental passa a existir com a democratização do país. Com os cidadãos mais atuantes, os gestores públicos começam a utilizar ações que visam esse relacionamento governo-cidadão. Os gestores começam a perceber a necessidade de atender e integrar os cidadãos que a partir desse fase estão mais aptos a participar do processo político.

Dentro da administração pública, Zemor (2009) afirma que é dever da gestão pública assegurar aos cidadãos o direito a informações e dados, além de “fornecer permanentemente as regras do jogo coletivo (o quadro legal e os procedimentos) e de prestar contas dos atos de utilidade pública” (ZEMOR, 2009, p. 215) o acesso do cidadão a informações sobre dados referentes ao governo é um direito, entretanto, apenas a disponibilização não é suficiente. Para se tornar um governo de qualidade é preciso que ocorra o diálogo e a participação dos cidadãos.

Percebe-se que com o tempo, o governo não tem só o papel de informar o cidadão, mas de exercer uma relação com o outro e de proporcionar um debate público nas decisões políticas para o bem social. O cidadão tem o direito de participar do governo e ter oportunidades que ultrapassam o momento da eleição. É por meio dessa relação comunicativa que as possibilidades do cidadão interagir com o governo são potencializadas, garantindo-lhes o direito à informação e à cidadania.

Assim como no nível individual e coletivo, o governo também está sendo compelido a adotar novos padrões, como transparência, ética, foco nas políticas públicas e verdade, exigindo uma nova postura para conseguir credibilidade. Atualmente aquele governo moroso e burocrático tende a ficar para trás, pois o cidadão através do acesso à informação facilitada e aos efeitos da democracia tem um maior nível de entendimento e conhecimento dos direitos e deveres, passando a exigir mais de sua dita cidadania.

Com isso, a comunicação do governo local como em qualquer outro órgão público não pode ser para o uso exclusivo da informação como, por exemplo, a atividade de assessoria de imprensa mas além disso, possibilitar a interação, participação, o diálogo e o debate com os cidadãos. Quando estabelecem e firmam espaços que conduzem à informação e também que permitem o envolvimento da sociedade viabilizam a comunicação pública.

### **Relações Públicas Governamentais**

Em sua maioria, é pelo meio político, a forma pela qual os homens utilizam para se associar, e assim, promover e manter entre si e a vida social e é vital que esse relacionamento se torne amistoso para que a harmonia seja estabelecida na sociedade. O relacionamento entre cidadãos e governos tem demonstrado ao longo dos anos muitas mudanças. Hoje o cidadão quer fazer parte do governo e interagir através da sua opinião.

Essa consciência que vem despertando nos cidadãos de que a soma de todos pode ajudar na obra da coletividade entrou em vigor com o advento do regime democrático, movendo as barreiras

existentes entre os governantes e governados. Essa força de conjunto é ainda mais forte tratando de governos municipais, pois fica mais acessível e o público está próximo da prefeitura, permitindo um retorno rápido das ações realizadas.

Dentro desse cenário, o profissional de Relações Públicas Governamentais, vem a propiciar esse relacionamento dos cidadãos dentro da esfera do governo. O profissional permite ao cidadão ter acesso as principais informações dos governos e assim, formar opinião. Discordar ou concordar pode ser o início para se mobilizar e conseguir participar do governo que oferece oportunidades.

A moderna democracia necessita de um trabalho de relações públicas que consiga um efeito real, positivo, de participação popular. A maioria dos administradores públicos não informam seus cidadãos sobre o que está sendo desenvolvido na administração municipal. Cidadãos mal informados se tornam o primeiro passo para se criar adversários do gestor público atual. A princípio o trabalho do relações públicas governamentais é informar, mantendo assim, cidadãos participativos e integrados na sociedade e minimizando atritos que possam acontecer.

As organizações privadas estão aos poucos mudando sua postura perante a sociedade e principalmente para seu público de interesse. Atualmente, o lucro não é só o único objetivo das empresas, mas sim, também a conquista de status em todos os públicos. Esta alteração de postura vem acontecendo paulatinamente desde a década de 50, quando as multinacionais vieram para o Brasil, trazendo interessantes estratégias de comunicação com os públicos e assim, necessitando de serviços especializados de relações públicas e comunicação.

Na área governamental, mesmo por ser pública, não seria diferente, pois quem é governante também precisa defender suas ideias que fizeram dele eleito e que vão sustentar sua gestão. Os cidadãos querem governantes mais ativos e preocupados em bem administrar.

Hoje a cidadania dentro do governo tem extrema importância, priorizar a participação dos cidadãos e estimular para que eles se sintam parte desse governo atuante é papel do gestor de relacionamentos, e não há profissional mais habilitado a estabelecer conexões entre o cidadão e o governo, do que o Relações Públicas, pensando-se no bem-estar coletivo.

Um governo que deixa a população sem informação do que está acontecendo em sua administração torna sua gestão propensa a ter mais ruídos e com graves falhas de comunicação, o que pode

proporcionar uma imagem negativa para seus públicos. Os cidadãos passam a acreditar em tudo de bom ou mau que digam a respeito do governo atuante. Segundo Andrade:

A separação entre governantes e governados é consequência de falta de informações. A administração pública não pode funcionar sem a compreensão popular de suas atividades e processos, pois o poder público depende do consentimento do povo frente às políticas governamentais. Porém os governos em geral, como se não precisassem dos cidadãos, não cuidam de estabelecer um aparelhamento de informação, capaz de permitir o esclarecimento popular a respeito da dinâmica administrativa (ANDRADE, 1970, p. 2).

No desenvolvimento da política de relações públicas governamentais e do desenvolvimento de um planejamento estratégico em governos municipais, é necessário que o profissional conheça os reais problemas e qualidades para que seja possível a construção do planejamento estratégico. É necessário escutar e sentir o que os cidadãos querem e falam da administração local.

### **Planejamento Estratégico De Relações Públicas Em Instituições Públicas Municipais**

Na maioria das vezes após uma reeleição o governante se esquece que principal vertente para a construção de um bom governo é o planejamento. Em sua maioria seguem apenas o Plano Diretor que é criado para cada cidade como forma de definir funções a serem seguidas a cada atividade. Entretanto no mundo atual é cada vez mais importante a consecução de um planejamento estratégico para a busca de melhores formas de gerenciar ações para cada público e assim ter chances de melhores resultados.

E quando esse planejamento estratégico é coordenado por um profissional de Relações Públicas as ações são maximizadas. Dentre a gama de funções, o profissional possui sua função estratégica onde irá traçar ações destinadas a cada público. Com o planejamento estratégico, a atividade de Relações Públicas dentro do cenário de uma prefeitura prevê ações estratégicas para a melhoria do relacionamento com os cidadãos. Nas palavras de Kunsch (2003. P. 318) “o exercício da função estratégica de relações públicas só é possível por meio de um planejamento, pois o gestor de comunicação ou profissional de relações públicas nas organizações contemporâneas precisa ir além das técnicas”.

Com ações estratégicas por meio do planejamento estratégico desenvolvido por um profissional de Relações Públicas é possível melhorar a comunicação de um governo local, trazendo uma imagem positiva perante os cidadãos. Não só sua imagem pode ser favorecida, mas principalmente projetos

podem ser criados visando a melhoria da vida dos cidadãos nas cidades onde suas opiniões são potencializadas.

Quando um político começa sua gestão, com base em um projeto sério, mostrando para os cidadãos que as ações realmente acontecem no seu mandato de forma clara e objetiva, com foco no cidadão e na sociedade, ele está governando de uma maneira planejada com foco no futuro tanto dos cidadãos, quanto do seu próprio governo. A maioria das pessoas não quer perder a administração de quem governa bem.

Atualmente, cada vez mais não há espaço para o amadorismos e má vontade política, os cidadãos estão cada vez mais em busca de governantes que fazem algo por sua cidades ou por eles mesmos. Os cidadãos estão em busca de quem pensa na sustentabilidade, educação de qualidade para seus filhos, na oportunidade de empregos dentro da própria cidade.

Logo, compreende-se que o governo eleito para atender as necessidades dos cidadãos, será cobrado, analisado e por que não dizer julgado, concordando com os mesmos valores com os quais se elegeu representante. Com isso, observa-se que o não cumprimento desse princípio, sendo salvaguardadas as devidas proporções, traria consequências para toda a sociedade. De acordo com Bobbio (2000, p. 36) “ uma sociedade torna-se tanto mais ingovernável quanto mais aumentam as demandas da sociedade civil e não aumenta correspondentemente a capacidade das instituições de a elas responder.”

Dentro do cenário de uma prefeitura cidadã capaz de entender a importância de um planejamento estratégico como resultado de uma governança participativa, a comunicação torna-se fundamental, principalmente em se tratando da comunicação interna. A preocupação com o público interno deve se concentrar não somente em meios discursos propagandísticos.

Antigamente era comum o governante aglomerar multidões em seus discursos, fazer que seu povo acreditasse nas promessas e juramentos que na maioria das vezes não tomaram forma. Contudo atualmente, esse cenário muda de figura, e os cidadãos anseiam por mais saúde, moradia, educação e cultura, e essas pessoas não querem que isso fique só no papel como antes. E dentro deste cenário, o relações públicas pode desempenhar o que a nova visão do cidadão anseia. Esta atividade voltada para as novas necessidades de um mundo globalizado com pessoas mais instruídas ao que está acontecendo, se preocupa em atender a organização e escutar o que o público da mesma deseja.

No atual século XXI as organizações passaram por grandes mudanças, alterando o jeito de se relacionar com seus públicos. E dentro desse cenário a comunicação passa a ter um papel essencial dentro dessas organizações que agora se preocupam com sua identidade e o que seu público irá formar como imagem que tem da empresa. A comunicação reduzida de ruídos permite que todos os públicos da organização recebam o que a organização quer transmitir como sua visão de futuro, sua missão, seus objetivos na busca da qualidade total e na satisfação do cliente. Segundo Ferrari (2007, p. 79), “a comunicação deve ser entendida em sua dimensão intrinsecamente social, comunitária e política, para servir como ponte e permitir a interpretação dos significados dos relacionamentos entre as pessoas e o sistema social.”

Dentro de uma organização tudo precisa de planejamento, assim a comunicação precisa de planejamento e de regras para ser eficaz. E o profissional de Relações Públicas tem como uma das suas várias funções ajudar a organização a interagir com os componentes sociais e políticos do seu ambiente através de um planejamento detalhado. De modo que dentro do contexto de uma gestão municipal o relações públicas vai selecionar o tipo de mensagem que o governo utilizará com cada público.

A atividade de relações públicas não vai criar somente uma imagem positiva de uma gestão municipal perante seus públicos, ela vai além, criando uma mútua relação entre públicos e organização, seja através de eventos, comunicação dirigida, pesquisas de satisfação. De acordo com Simões:

A atividade de Relações públicas não tem por objetivo, somente, formar imagem, criar boa vontade, obter atitudes positivas e estabelecer a compreensão mútua. Todos esses termos correspondem a pré – comportamentos. São estágios prévios para se chegar à ação das partes em cooperação mútua. O objetivo da atividade almeja a ação favorável dos públicos à missão da organização (SIMÕES, 2008, p. 52).

Se o profissional de relações públicas trabalhar os públicos internos de uma prefeitura como públicos autênticos, esse público terá grandes chances de se tornar multiplicador da boa imagem dessa gestão pública. Portanto, o público interno é um público estratégico que se estimulado, seja através de comunicação dirigida por meio de sugestões, participações em reuniões, acompanhamento das decisões que dizem respeito às diretrizes internas da prefeitura, ele veste a camisa e entende melhor o processo na maioria das vezes.

Ainda assim, trabalhando de forma contínua, para que nenhum projeto comece a todo vapor e pare no meio do caminho, realidade essa comum quando observado os governos brasileiros percebe-se

ainda mais a importância de um profissional estratégico e com capacidade de criar laços efetivos de relacionamento.

Através de estratégias como comunicação dirigida oral e escrita, esse relacionamento com os públicos pode acontecer. Na comunicação dirigida escrita, o uso do jornal mural como forma de integração dos colaboradores ou até mesmo um jornal interno com as principais notícias que aconteceram durante o mês, os aniversariantes e as mudanças ocorridas como pagamento ou sistemas burocráticos.

A comunicação dirigida oral é a forma onde o relações públicas pode ter uma maior proximidade com as pessoas, podendo acontecer a troca de ideias. A comunicação oral se resume basicamente em reuniões, atendimento ao telefone, sistema de alto-falantes. Como destaca Fortes:

Preferir a comunicação oral para a troca ou discussão de opiniões e conceitos, com vistas à solução de problemas, à harmonia e o consenso, não elimina os outros veículos, massivos ou dirigidos, apenas facilita o contato direto, decisivo para os esforços das Relações Públicas, ao fornecer uma informação, receber a resposta imediatamente e por permitir a réplica. (FORTES, 2003, p. 285)

Como Fortes (2003) menciona, a comunicação dirigida oral permite a réplica. Isso é de extrema importância para o relações públicas, escutar o que o público quer ou reclama, tanto como os colaboradores em uma reunião interna, tanto os cidadãos que só utilizam do serviço municipal via telefone. A riqueza de detalhes que a comunicação oral permite, fortalece o relacionamento feito de maneira correta e cria mecanismos para que seja proveitosa entre o público e a Instituição.

Dentre a comunicação oral, o telefone merece uma atenção especial, visto que em muitas gestões municipais, isso é de total irrelevância. O diferencial em uma gestão municipal é o tratamento ao cidadão, e o telefone é um meio de comunicação informal que se bem utilizado deixa-se uma boa imagem pela cordialidade prestada.

É competência do profissional de Relações Públicas permitir a comunidade em geral conhecer seus direitos e deveres por meio do Estado democrático representado por um governo atuante, esse Estado representativo é a realidade em que vivemos. E a participação dos cidadãos começa desde a escolha dos candidatos.

Por meio da atividade de Relações Públicas, é possível permitir uma maior visibilidade da imagem pública, aqui neste trabalho com foco especial para as prefeituras. Atividades essas que podem ser planejadas e desenvolvidas através de uma comunicação dirigida. Conseguindo visibilidade, a

prefeitura tem maiores chances de alcançar a legitimidade. Quando as pessoas começam a acreditar no governo, esperando as melhorias que de fato, são construídas, o governo começa a ganhar uma credibilidade que com o tempo proporcionará uma boa reputação, com base em valores reais e em ações concretas.

Para que o relações públicas desenvolva todo esse percurso para construir uma um bom planejamento estratégico, para a prefeitura com ações que proporcionem a credibilidade é necessário inclusive o cuidado com as atividades de sustentação. Essas atividades vão proporcionar aos públicos envolvidos dessa prefeitura um bom relacionamento e um meio desses públicos interajam com a administração pública.

### **A Importância Do Relações Públicas Na Gestão Municipal Para O Administrador E Seus Cidadãos**

O papel fundamental do profissional de relações públicas dentro do processo político pós-eleitoral, especialmente em se tratando da gestão pública municipal, é o de elaborar um planejamento estratégico de relações públicas voltado para as ações de contato e fidelização dos públicos de interesse. O planejamento de Relações Públicas engloba uma série de fases, desde o *briefing* até a aplicação, acompanhamento e avaliação das ações propostas.

No caso específico do trabalho em prefeituras, vê-se como estratégico uma série de aspectos em cada uma destas etapas. No *briefing*, por exemplo, é vital que se faça o mapeamento dos públicos de interesse de uma prefeitura, levando-se em conta quais deles são essenciais para a sua sobrevivência para que, por conseguinte, possa-se pensar quais deles o planejamento estratégico vai se direcionar.

O grau de relevância irá apontar o público que será tratado a curto, médio ou longo prazo. É possível que se pense os públicos de acordo com a proposta de Andrade (2003), dividindo-os em interno, externo e misto. Há muitos casos de prefeitura que ignoram esta comunicação profissionalizada com o público interno por considerá-lo parte do processo.

Mal sabem que ignorando-os, estão ignorando-o também a possibilidade de criarem ações de cunho motivacional que, além de alimentar o interesse dos colaboradores, sobretudo promove a integração, o bom relacionamento, e a maximização dos resultados via envolvimento emocional. Este envolvimento pode vir por ferramentas simples de relações públicas, como a calendarização, a atualização de murais ou as confraternizações em momentos especiais como os aniversários.

Aquele gestor que tiver a consciência de que o seu sucesso tem por base, não só a capacitação do público interno, mas, sobretudo o seu envolvimento, a sua participação, fará certamente uso de ferramentas comunicacionais e de significação para acessá-los, dando-lhes voz e vez, pois só assim ele se manterá interessado, poderá colaborar de fato com a busca por resultados e, sem sombra de dúvida, será o público promotor da boa reputação da governança.

Com o público interno integrado dentro das ações comunicacionais é preciso criar canais de comunicação que liguem e associem à prefeitura diretamente ao seu público externo. Seja por meio de mensagens via os grandes meios de comunicação, como rádio, televisão, jornal, seja por meio de estratégias de comunicação dirigida, nas quais podemos ressaltar cartas, cartões, convites, eventos, sobretudo as mídias digitais que hoje em dia assumem um papel fundamental na comunicação organizacional. Conectar, estabelecer laços, alimentar com informações é uma das formas mais estratégicas de respeitar os públicos de interesse, pois é uma demonstração de reconhecimento, declarando a dependência do outro, de mostrar como o outro é importante, reconhecer que sua existência depende da existência dele.

As atividades de sustentação proporcionam com o tempo maior visibilidade, pois trabalha de forma específica a comunicação com cada público de interesse. No público interno pode ser implantado uma identidade visual contribuindo assim para um dos fatores da cultura organizacional forte e por seguinte, refletindo na sociedade.

É importante que dentro do planejamento estratégico de relações públicas seja especificado como será traçado as campanhas que serão veiculadas na mídia. Campanhas publicitárias é a publicidade dos projetos em que a prefeitura está atuando no momento, como forma de mostrar ao cidadão o que está sendo realizado e de que forma podem participar.

Uma forma de divulgação dessas campanhas por meio da publicidade é manter uma assessoria de imprensa sólida e responsável. A assessoria de imprensa visa proporcionar uma maior visibilidade as ações que estão sendo realizadas, mostrando resultados que logo gera visibilidade perante os cidadãos. É por meio do profissional de relações públicas que pode ser possível efetivarem relações de confiança e meios de gerar credibilidade entre a prefeitura e os cidadãos com que ela se relaciona.

Hoje com as novas tecnologias é possível com as plataformas sociais minimizar os custos e aumentar a interatividade entre a prefeitura e o cidadão. A comunicação digital tais como *sites*,

portal do cidadão, *blogs* e páginas no *facebook* proporcionam uma comunicação ágil, interativa e participativa.

As transformações no ambiente social global ocorridas durante os anos, o processo de globalização mundial e a revolução digital e tecnológica estão exigindo das organizações novas posturas. Posturas as quais se refletem diretamente na comunicação bem como sobre todas as organizações em geral.

O avanço tecnológico por que passam telecomunicações, imprensa, rádio, televisão, computadores, internet e transmissões via satélite impele a sociedade a um novo comportamento e, conseqüentemente, a um novo processo comunicativo social, com inúmeras implicações técnicas, éticas e morais (KUNSCH, 2006, p. 3).

Todo esse progresso tecnológico e a convergência midiática que ele proporciona levam a uma sociedade transparente e complexa ao mesmo tempo. Uma das grandes mídias responsáveis por essa clareza e complexidade é a *web* – rede de computadores. Manuel Castells acredita que a internet domina a sociedade em que habitamos, denominando-a de sociedade de em rede:

Esta sociedade em rede é a sociedade que eu analiso como uma sociedade cuja estrutura social foi construída em torno de redes de informação microeletrônica estruturada na internet. Nesse sentido, a Internet não é simplesmente uma tecnologia; é um meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades. (...) O que a internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, eu é a sociedade em que vivemos (2003 apud KUNSCH, 2006, p. 3).

É dentro deste contexto e de suas complexas e repentinas mudanças que as prefeituras estão e devem agir. Elas devem buscar ações e planejamentos estratégicos voltados para esse meio. Esse novo cenário faz com que novas posturas perante os cidadãos devam ser assumidas. Com isso, o profissional de relações públicas tem um importante papel, sendo responsável por planejar, pesquisar, avaliar e programar ações de transparência, diálogo e relacionamento entre a organização e seus públicos e informando o cidadão.

Com os cidadãos informados do está acontecendo no município e a participação dele no governo é um dos pilares para a construção de uma administração de qualidade. Com isso, o cidadão entende o processo e passa a compreendê-lo, saindo assim, do mero lugar da crítica e passando ao lugar ativo, de intervenção e também da compreensão das dificuldades.

Dentro do cenário de fortificação do relacionamento entre governantes e governados a implementação da ouvidoria pode ser um importante mecanismo dessa relação. Por meio de uma equipe qualificada e preparada a solucionar problemas de forma clara e rápida, possuindo um acompanhamento de todas as reclamações dos gestores por meio de relatórios mensais.

A ouvidoria hoje se torna um diferencial dentro das organizações públicas junto aos seus cidadãos, que estão cada vez mais exigentes e carentes de bom atendimento individualizado e personalizado. A melhoria no relacionamento entre o cidadão e a prefeitura é fundamental para aumentar a eficiência da gestão municipal.

Por meio de uma ouvidoria sólida é possível a consecução de pesquisas de opinião para a mensuração da satisfação do governo perante os cidadãos ou até mesmo das falhas apontadas. Sabendo os anseios do outro podemos construir uma sociedade melhor, em que o governo e o cidadão possam manter um relacionamento efetivo. Às vezes as ações que o governo pretende desempenhar não é bem aquela que os cidadãos precisam ou desejam, essa é uma das premissas mais importantes para a elaboração de pesquisas.

O funcionário do atendimento é o representante do governo municipal, e, portanto fala em nome dele. De acordo com Andrade (2003) para que o relacionamento criado seja duradouro deve-se ter o treinamento, minimizando os problemas e maximizando a eficácia da comunicação.

### **Considerações Finais**

A disseminação de informações nas administrações municipais não é o suficiente. A reflexão teórica realizada nos permite compreender que a simples existência do ato de informar, não necessariamente significa comunicação. Portanto a comunicação requer ultrapassar o ato da informação, e passa a ser participação e diálogo entre os cidadãos e governos.

Uma das principais afirmações que nos permitimos fazer é a importância do profissional de Relações Públicas no governo municipal para a construção do planejamento. O fato pode ser percebido porque o profissional visa proporcionar ao cidadão um governo que ofereça além de credibilidade e legitimação, ações de democracia participativa.

O cidadão no cenário do governo tem que passar do lugar da crítica para o envolvimento, quando compreende as reais situações que a administração passa e além da compreensão começa a opinar formas de solucionar ou incrementar ações, o governo torna-se um governo participativo. Essa ideia de compreensão entre governo e cidadão permite junto ao processo comunicacional à busca pelo bem-estar de todos.

Com todo um planejamento exercido por um profissional capacitado a ser o gestor da comunicação, o Relações Públicas é possível pensar num governo ideal, onde as ações comunicacionais são maximizadas. A comunicação é uma força anterior as demais. Ela vem para fazer valer uma forma de consciência humana na qual só estamos bem, só preservamos nossas vidas e só somos capazes de sermos felizes se o outro estiver bem. Por isso o processo comunicacional prima pelo bem-estar de seus públicos, pois só assim encontrará modos de existir no mundo.

## **Referências Bibliográficas**

ANDRADE, C. T. S. Curso de Relações Públicas: Relações com os diferentes públicos. 6 ed. rev. E ampl. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

\_\_\_\_\_. Administração de relações públicas no governo. Revista Comunicações e Artes, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, n. 1, p. 69-84, quadrimestral, 1970. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/teobaldodeandrade/teobaldo01/0286.pdf>. Último acesso: 25 de março de 2013.

BOBBIO, Norberto. Estado, Governo e Sociedade. Para uma teoria geral da Política. 8 ed. Trad. Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

FERRARI, P. Jornalismo Digital. São Paulo: Contexto, 2007.

FORTES, W. G. Relações Públicas: processo, funções, tecnologias e estratégias. 2 ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada, 2ª ed. São Paulo: Summus, 1986.

\_\_\_\_\_. Planejamento Estratégico da Comunicação. In: KUNSCH, M. M. K. (org). Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. 2 ed. São Paulo: Editora, 2009.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

SIMÕES, R. P. Relações Públicas e micropolítica. São Paulo: Summus, 64, 2008.

ZÉMOR, Pierre. As formas da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Organizador). Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2009.