

POSSIBILIDADES DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO RECÔNCAVO BAIANO: UM ESTUDO DE CASO DE AMARGOSA¹

Rafael Lopes²

RESUMO

Governos e instituições públicas enfrentam, no cotidiano ao exercer suas atividades, sobretudo de prestação de serviços aos cidadãos, dificuldades para colocar em prática questões como transparência, divulgação correta dos serviços públicos e das ações dos entes públicos de forma a atender o interesse geral da população e aos anseios coletivos ao invés dos individuais ou de grupos setorizados. Para alcançar o êxito, faz-se necessário um entendimento conceitual e da aplicabilidade da comunicação pública, de uma comunicação pensada no atendimento de demandas coletivas e, principalmente, de participação e de trocas efetivas dos cidadãos que figuram como parte integrante e fundamental na sociedade. Este trabalho emerge da necessidade da ampliação de discussões sobre a área que perpassam principalmente por questões como democracia e cidadania. É uma pesquisa inédita que busca identificar práticas e possibilidades de comunicação pública no governo municipal de Amargosa, no Recôncavo Baiano. No âmbito teórico, o precursor francês Pierre Zémor (2012) aponta que a comunicação pública deve contribuir para a construção do debate público. Deve ser então a mola propulsora para alimentar o conhecimento cívico e facilitar a ação pública. Nesse sentido, é possível visualizar a comunicação pública de forma efetiva enquanto mediadora no relacionamento entre governo e cidadãos de determinado município/estado/nação. Para o autor, as finalidades da comunicação pública não devem ser diferentes das finalidades das instituições públicas que são de informar; ouvir demandas, expectativas, interrogações e o debate público; contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencimento e tomada de consciência do cidadão enquanto ator); e acompanhar mudanças comportamentais e da organização social. O presente estudo de caso analisa as estratégias e instrumentos de comunicação utilizadas para alcançar o público, a população de Amargosa. São analisados o perfil do governo municipal no Facebook, instrumento comumente utilizado por prefeituras devido à amplitude das redes sociais e à democratização do acesso à internet que mesmo com algumas exclusões já figura como um avanço para a propagação de conteúdo. Além da rede social, são avaliadas dez edições do microprograma de rádio intitulado “Amargosa Acontece”. O programa de dois minutos traz informação e, ao mesmo tempo, a presença de populares nos áudios que demonstra de alguma forma a participação e inclusão dos Amargosenses enquanto atores da própria cena política. O percurso metodológico está ancorado no estudo de caso que, inerentemente, utiliza a pesquisa bibliográfica. Além disso, é utilizado também o método de entrevista em profundidade tornando possível chegar a resultados palpáveis que poderão contribuir para o desenvolvimento de pesquisas nas áreas de comunicação, assessoria e comunicação pública. Soma-se então a outras pesquisas no campo de assessoria de comunicação na Bahia e no Brasil, que abordam os desafios e nuances do trabalho de comunicação pública em sua aplicabilidade. A intenção não é, de forma alguma, verificar a plenitude da aplicabilidade da comunicação pública no caso específico, mas sim a checagem de possibilidades de comunicação pública com base no que é feito atualmente pela prefeitura.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Comunicação Pública; Cidadania; Comunicação Organizacional; Assessoria;

¹ GT2 - Comunicação popular, alternativa e comunitária.

² Mestrando em Comunicação (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia - UFRB), pós-graduado em Comunicação Organizacional (Faculdade 2 de Julho) e graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo (UFRB). E-mail: raufis@gmail.com.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O que é participação**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

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

HASWANI, Mariângela Furlan. **Comunicação pública**: bases e abrangências. São Paulo: Saraiva, 2013.

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

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