

Comunicação pública e transparência nos relacionamentos:

Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão¹

Vera Regina Serezer Gerzson²

Karla Maria Müller³

Danielle Miranda da Silva⁴

Graziela Gonçalves Esteves⁵

Resumo

O artigo reflete sobre a sustentabilidade dos relacionamentos das administrações públicas com os cidadãos através de estratégias e instrumentos de comunicação dirigida planejados, executados e avaliados para consolidar a imagem institucional. A partir do relato de práticas desenvolvidas pelo Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão da Prefeitura Municipal de Canoas, evidencia-se a importância dos processos comunicacionais na gestão dos relacionamentos públicos e no compromisso com o interesse coletivo.

Palavras-chave: comunicação pública, instrumentos de comunicação dirigida, estratégias de relacionamento.

As questões complexas, amplas e globalizadas da contemporaneidade problematizam as ações corporativas. Os profissionais de comunicação, responsáveis pela gestão de imagem e reputação das organizações, precisam estar atentos às demandas sociais, ambientais, culturais e de desenvolvimento sustentável em meio a realidades sociais ambivalentes, regidas por movimentos contínuos e de âmbito mundial. Esses trabalham para que as instituições de configurações distintas estejam o tempo todo, prontas para informar e dialogar com trabalhadores, fornecedores, distribuidores, consumidores, concorrentes, imprensa, sindicatos, autoridades,

¹ As atividades desenvolvidas pelo Projeto têm sido discutidas em fóruns acadêmicos através de *papers* como o apresentado no GT Comunicação Organizacional do IX Seminário Internacional de Comunicação/ PUCRS/ 2007. Colaboraram Cinara Martim de Moura, Jéssica Ramos Garcia e Roger Rodrigues Cruz, graduandos de Comunicação Social – Relações Públicas / FABICO / UFRGS.

² Relações Públicas, Jornalista; Dra. em Educação, Profa. e Pesquisadora da FABICO/ UFRGS; Coord. da Área de Relações Públicas do DECOM/ FABICO/ UFRGS; Coord. do Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão da Prefeitura Municipal de Canoas. E-mail: vgerzson@uol.com

³ Relações Públicas, Jornalista e Publicitária; Dra. em Ciências da Comunicação, Profa. pesquisadora do PPGCOM/ UFRGS; Membro da Comissão Coord. do PPGCOM/UFRGS; Membro do Comitê Editorial da revista eletrônica INTEXO www.intexto.ufrgs.br; Representante da UFRGS no Comitê Mercosul e Integração/ Associação das Universidades Grupo Montevidéu; Diretora da Associação Riograndense de Imprensa e do Instituto Alberto André/ARI; Coord. do Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão da Prefeitura Municipal de Canoas; Assessora *Ad Hoc* do CNPq. E-mail: knmuller@orion.ufrgs.br

⁴ Estagiária e Gestora de Projetos do Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão da Prefeitura Municipal de Canoas, graduanda de Comunicação Social – Relações Públicas / FABICO / UFRGS.

⁵ Estagiária do Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão da Prefeitura Municipal de Canoas, graduanda de Comunicação Social – Relações Públicas / FABICO / UFRGS.

comunidades e organizações não-governamentais, entre outros públicos, sobre os impactos de suas operações.

Os conhecimentos e práticas mutantes, emergenciais, peculiares, impõem olhares atentos, especialização constante, senso crítico, iniciativas econômicas e eficientes. Almeida (2007) recomenda que os profissionais responsáveis pela imagem institucional tenham visão ampla dos desdobramentos ambientais, sociais e econômicos dos padrões de crescimento, implementando perspectivas de longo prazo e preservando assim, os interesses e direitos das gerações atuais e futuras. Sugere também a proposição de ações inclusivas, que envolvam os públicos nas decisões que afetam suas vidas, como condição básica para a consolidação da cidadania e para a sobrevivência sustentável da empresa em que trabalham.

Segundo este autor, “Já existem muitas evidências de que a sustentabilidade está se inserindo na formação da marca e reputação” (ALMEIDA, 2007, p.243), e monitorar a reação, a opinião de grupos de pressão, governos, concorrentes e públicos de interesse sobre o desenvolvimento sustentável é imprescindível no processamento da avaliação das instituições. Para preservar a marca, a reputação e a credibilidade, ele apresenta algumas questões como indicativos para comunicação organizacional:

Como você relaciona os impactos ambientais e sociais de sua produção? Seu modelo de negócio é ameaçado pelas mudanças na economia global ou no cenário ou isso é totalmente indiferente? Você capta as preocupações sociais e ambientais de seus clientes e consumidores? Qual sua forma mais efetiva de influenciar a comunicação de sua empresa sobre desenvolvimento sustentável? (ALMEIDA, 2007, p. 246)

Para a atividade de relações públicas, pautada na preservação dos relacionamentos com os públicos e nos valores democráticos, que garantem sua dimensão estratégica em qualquer organização, seja ela pública, privada ou de terceiro setor, os desafios trazidos pela ênfase na sustentabilidade geram infinitas possibilidades e impõem desafios. Como manter o processo e o investimento em comunicação focado no respeito à cidadania? As instituições têm criado iniciativas inusitadas para dar conta desta questão. Os profissionais da área e as instituições de ensino incorporam em suas ações perspectivas de valorização humana, ambiental, social, cultural, passando a empregar recursos mais econômicos, dirigidos pontualmente para cada público.

A contemporaneidade, entre tantas outras demandas, solicita excelência nos relacionamentos e transparência nas relações entre as organizações e seus públicos. O

compromisso com a ética nas interações passa a ser diferencial institucional. Não só a iniciativa privada, mas também as instituições da área pública necessitam aprimorar suas relações e diálogo com cidadãos cada vez mais participantes e exigentes. A comunicação pública e governamental oferece suas estratégias incrementando ações e constituindo espaços nesta área de atuação.

Ao discutir a definição de comunicação pública, Duarte (2007, p. 61) considera que ela “coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades e do estímulo à participação ativa, racional e co-responsável”. Sendo assim, a comunicação pública deve ser entendida com instrumento facilitador voltado ao atendimento dos anseios coletivos.

Ambiente de transformação e comunicação pública

Para que a comunicação pública seja eficaz, ela deve responder às perspectivas contemporâneas de relacionamentos, sendo estrategicamente orientada para promover a democratização através de ações voltadas às necessidades atuais dos cidadãos, mesmo em meio ao cenário de instabilidade constante. Novelli (2006) ressalta que na esfera do Estado brasileiro a comunicação organizacional, como eixo norteador dos relacionamentos, deve ser planejada para operar sob mudanças.

A fim de acompanhar a agilidade das demandas, novas práticas são incorporadas ao repertório dos profissionais e pesquisadores da área que se debruçam sobre a ação e a gestão da comunicação. Assim como o ambiente externo traz a constante necessidade de evolução, a imagem da administração pública perante os cidadãos também é alvo de preocupação.

Nesse sentido, o Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão da Prefeitura Municipal de Canoas (PROCAC - Canoas), município vizinho a Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, é pioneiro no que se refere ao exercício das relações públicas na comunicação pública. Interessada em acompanhar o ritmo intenso de mudanças tecnológicas, econômicas e sociais, a administração municipal de Canoas tornou-se parceira da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) na criação de um Projeto de Ensino inédito, dentro das demais ações de modernização promovidas pela Prefeitura a partir de 2002.

Atualmente, o Projeto possui 25 estagiários de relações públicas, vinculados à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO/ UFRGS), atuando no atendimento ao cidadão, na elaboração de projetos de comunicação e na participação em eventos municipais. Um dos principais desafios do Projeto é estar sintonizado com este ambiente de mudanças para aperfeiçoar a comunicação da administração municipal com os seus públicos através da incorporação de projetos de comunicação.

Até alguns anos atrás, a qualidade da comunicação era mensurada por valores quantitativos de exposição da mensagem aos públicos, acreditando-se que os resultados eram equivalentes ao número de pessoas atingidas pelas informações transmitidas. A evolução do processo de comunicação organizacional nos últimos anos tem mostrado que a validade da comunicação está em atingir não públicos massivos, mas aqueles específicos de seu interesse. O relacionamento planejado de forma dirigida aos seus públicos garante maior eficácia na transmissão das mensagens desejadas. A esse respeito⁶, Penteadó ressalta que:

A escolha do instrumento certo, na oportunidade certa, para a mensagem certa destinada ao público certo, é que dá efetividade à técnica das Relações Públicas. Todos esses elementos interagem uns nos outros, de modo que qualquer modificação em um deles afeta os restantes. (1993, p. 110)

O PROCAC - Canoas é exemplar como proposta de comunicação pública comprometida com os interesses da comunidade do município e atenta aos anseios do cidadão local.

Neste sentido, o Projeto vai de encontro com a tendência de ainda hoje as instituições públicas serem classificadas como precárias, caracterizadas pelo excesso de burocracia e morosidade. Torquato adverte que as instâncias públicas, em determinados setores, muitas vezes estão alicerçadas em um conjunto de mazelas, como “empreguismo, obsolescência, desmotivação de quadros, inércia, inadequação de funções, serviços desqualificados, ineficácia geral” (2002, p.125). A imagem constatada é resultante das burocracias públicas tradicionais que, além de terem se tornado complexas, com características centralizadoras e estruturas rígidas, não são orientadas para o atendimento ágil e interessado nas necessidades dos cidadãos.

⁶ A discussão não é recente, mas tem sido resgatada por trabalhos acadêmicos como o apresentado por Cláudia S. Ribeiro, em sua monografia de conclusão de curso na FABICO/ UFRGS, em 2007, intitulada “Governo eletrônico como canal de comunicação dirigida ao cidadão”.

A contemporaneidade vem exigindo reposicionamento desse paradigma referente às relações entre organizações públicas e seus públicos. A sociedade, que já foi predominantemente conformada, está mais vigilante e exigente no que se refere aos seus direitos – inclusive o de ser bem atendido.

Ao mesmo tempo em que surge essa consciência, as práticas de comunicação pública passam por crises de identidade e se percebe a importância da adoção de práticas mais democráticas e dirigidas, em oposição ao viés de massificação historicamente adotado pelo setor público. Brandão (2007) sustenta que esta situação é agravada, pois expressões como *marketing político*, *propaganda política* ou *publicidade governamental* têm conotação de persuasão, convencimento e venda de imagem, constituindo o que ficou conhecido como “manipulação de massas” (p.10). O uso histórico dessas expressões levou à adoção de terminologias compatíveis com a nova realidade política do país, identificando a comunicação com práticas mais democráticas e participativas.

Segundo ela, a comunicação pública hoje deve atender às necessidades de legitimação de processos comunicativos de responsabilidade do Estado e/ou do Governo, que não querem confundir a sua comunicação, com o que se fez em outros momentos da história política do país. A expressão comunicação pública “começou a substituir outras denominações utilizadas tradicionalmente para designar a comunicação feita pelos governos, tais como comunicação governamental ou comunicação política, publicidade governamental ou propaganda política” (BRANDÃO, 2007, p.9).

A comunicação pública é alinhada no sentido de comunicação realizada pelos órgãos governamentais, conceito reforçado por recentes debates predispostos a viabilizar a mudança no foco da comunicação pública, tradicionalmente voltado para o atendimento dos interesses da organização e de seus gestores (coalizão dominante, corporações, políticos), para ser direcionado prioritariamente para o atendimento dos interesses do conjunto da sociedade de forma estratégica. Para que esta perspectiva de comunicação pública como peça contributiva de estratégias democratizadoras não seja apenas mais um conceito banalizado, Duarte alerta que:

Comunicação pública, então, deve ser compreendida com o sentido mais amplo do que dar informação. Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, à possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será

ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo. Na prática, isso inclui o estímulo a ser protagonista naquilo que lhe diz respeito, ter conhecimento de seus direitos, a orientação e o atendimento [...]. A viabilização da comunicação exige informação, mas também credibilidade dos interlocutores, meios e instrumentos adequados, valorização do conhecimento dos sujeitos, facilidade de acesso e uma pedagogia voltada para quem possui mais dificuldades. (2007, p.64)

Assim, a análise dos processos de relacionamentos torna-se imprescindível quando se pretende inovar, criando melhorias que impactem a vida da população. Para tanto, é necessário problematizar as estratégias e ferramentas adotadas, atendendo às necessidades comunicativas dos segmentos de públicos, com a agilidade e competência que o ritmo acelerado de transformações sociais impõe.

Aplicação de instrumentos de comunicação dirigida aproximativa no relacionamento com o cidadão

A preocupação voltada ao diálogo efetivamente bem sucedido com os públicos externos deve ser constante nas administrações públicas. Mais do que transmitir a mensagem, é primordial estabelecer meios adequados de atingir os públicos de interesse. Nesse sentido, os instrumentos de comunicação dirigida representam competentes aliados das organizações públicas na sua aproximação com o cidadão e na possibilidade de atingir melhores resultados comunicativos.

Duarte (2007) alerta que os instrumentos de comunicação ainda hoje são utilizados considerando o cidadão em suas faces de consumidor, eleitor, usuário. Praticar comunicação pública implica assumir o comprometimento público e privilegiar o interesse coletivo em detrimento de perspectivas pessoais e corporativas. A adoção de inovações gerenciais na administração pública sugere incluir o cidadão enquanto sujeito ativo e consciente dos seus direitos, ou seja, as inovações dependem de mecanismos de interação existentes entre Estado e sociedade civil, estando diretamente ligadas à pertinência e adequação entre expectativas sociais e o efetivo conjunto de valores e atitudes predominantes (Mendes, 2001, p.2).

Pensar a comunicação pública de forma geral e a atuação específica das relações públicas, como mediadora dos relacionamentos públicos, tem sido desafio teórico e prático para a área. É justamente este papel de mediação entre administração pública e cidadão que caracteriza o pilar do Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão na

Prefeitura de Canoas. Sem qualquer vínculo político-partidário, os estudantes bolsistas de relações públicas têm a oportunidade de lançar mão dos mais diversos instrumentos de comunicação e colocar em prática estratégias comunicacionais para melhor atingir os diferentes públicos da Prefeitura Municipal. Distribuídos em nove Postos de Atendimento – Gabinete do Prefeito, Secretaria de Governo, Secretaria da Fazenda, Secretaria de Modernização, Secretaria dos Transportes, Secretaria de Educação, Secretaria do Planejamento Urbano, Procuradoria Geral do Município e Balcão de Informações – e com uma sala própria que sedia os estagiários-monitores (Gestor de Projetos, Gestor de Equipe e Monitor), os alunos desenvolvem suas atividades junto à Prefeitura, além de executarem tarefas específicas nas dependências da FABICO.

O Projeto configura-se como assessoria técnica⁷ e prioriza o ensino das relações públicas, seus conhecimentos e práticas. Através do oferecimento de cursos, aquisição de tecnologias e publicações, supervisão e orientação das atividades, o desenvolvimento profissional dos alunos egressos têm sido reconhecido e valorizado no mercado de trabalho gaúcho.

Preocupado em oferecer o atendimento excelente a todos os seus públicos e em construir canais de comunicação efetivamente acessíveis a todos os cidadãos, o Projeto conta com o respaldo acadêmico de duas professoras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Karla M. Müller e Vera R. S. Gerzson. Ambas atuam como coordenadoras do Projeto, orientando e supervisionando os estagiários nos processos comunicativos e na prática do atendimento qualificado, com vistas na adoção da visão estratégica de comunicação na Prefeitura.

Kotler e Lee (2007) na obra *Marketing no Setor Público*, criam um guia para o desempenho eficaz do serviço público, onde mencionam a formação de parcerias estratégicas, como alternativa de sustentabilidade para os serviços públicos. A contratação de estudantes reúne esforços da Prefeitura e da UFRGS para viabilizar o aprimoramento no atendimento público que parece coincidir com a idéia dos autores de que as parcerias corporativas são úteis para o setor público.

A realidade organizacional da administração municipal de Canoas é, assim, o ambiente que propicia aos alunos a possibilidade de diagnosticar demandas de

⁷ Embora o foco esteja no assessoramento técnico, a equipe coordenadora e todos os alunos integrantes do Projeto têm a consciência de que a qualidade no atendimento à população local traz repercussão política favorável para a atual administração pública canoense.

comunicação e aplicar os conhecimentos teóricos obtidos na Universidade, executando todas as etapas do processo de relações públicas, utilizando-se de ferramentas diversas de comunicação dirigida.

A comunicação dirigida, definida por Kunsch (2003) como a comunicação direta e segmentada com os públicos específicos que queremos atingir é bastante adotada no PROCAC - Canoas por diminuir custos e atender as demandas diferenciadas. Na mediação e interação a comunicação dirigida torna-se qualificada, pois é “determinada, selecionada e controlada pelo emissor das informações, o que dá segurança ao promotor do relacionamento” (FORTES, 2002, p. 239).

As organizações públicas, e especificamente as administrações municipais, que desejam atingir resultados na implantação das práticas de comunicação com seus cidadãos, precisam utilizar com eficiência o contato direto com estes, gerando interatividade e contribuindo para a constituição de imagem favorável. Argenti (2006) afirma que as organizações contemporâneas estão preocupadas com a qualidade de toda e qualquer interação. A credibilidade adquirida através da aplicação continuada de relacionamentos com públicos dirigidos tende a surtir mais efeito do que campanhas e anúncios corporativos massivos. Izuriela (2003) constata que o modo mais comum de contato pessoal com os cidadãos ocorre durante a prestação de serviços, e ocorre em momentos em que o cidadão encontra-se ansioso ou incomodado. O autor também ressalta a vantagem que os governos municipais têm de estar próximos de seus cidadãos, tendo a possibilidade de resolver seus problemas concretos e diretos.

Diante da importância deste contato direto, Duarte afirma que quaisquer instituições, ao lidar com o interesse público, devem fazer esforços para se adaptar às necessidades do cidadão, criando mecanismos adequados para diferentes situações:

Cartazes, uniformes, sites, prédios, crachás transmitem alguma informação. Atendentes, motoristas, recepcionistas, dirigentes, telefonistas, técnicos, terceirizados, representam uma instituição aos olhos do público externo. Tudo e todos comunicam. Cada integrante de uma organização é um agente responsável por ajudar o cidadão a saber da existência de informações, ter acesso fácil e compreensão, delas se apropriar e ter a possibilidade de dialogar e participar em busca da transformação de sua própria realidade. Alguns instrumentos podem ser úteis para ajudar a dar habilidade e autonomia comunicativa para os participantes do processo, sejam agentes de comunicação internos, sejam interlocutores externos. (DUARTE, 2007, p. 68)

Diante da importância das interações diretas, o autor afirma que quaisquer instituições, ao lidar com o interesse público, devem fazer esforços para se adaptar às necessidades do cidadão, criando mecanismos adequados para diferentes situações. Esta é a principal validade da aplicação da comunicação dirigida, pois possibilita a criação de instrumentos de comunicação planejados de acordo com a especificidade de cada público, ampliando o entendimento na recepção da mensagem.

Estratégias de relacionamento: a opção pela atuação cristalina

A comunicação pública lida com os interesses coletivos em busca de um fortalecimento da democratização. O setor público, particularmente, incorpora o pressuposto da transparência, das ações cristalinas que dizem respeito à atuação ética, responsável e acessível nas questões de interesse público. Duarte (2007) enfatiza que a opção pela transparência exige oferta de informações necessárias aos públicos e estímulos ao seu acesso.

É nesse sentido, que o PROCAC - Canoas atua como gestor da comunicação entre o órgão público e seus diversos públicos, utilizando diversos meios para expandir as informações ao cidadão. Um exemplo simples, econômico e ágil é a elaboração de cartões indicativos das Secretarias Municipais para melhor orientação do cidadão. Ao buscarem informações, os cidadãos são encaminhados para as secretarias que podem solucionar sua demanda. Através de Cartões de Visita nos quais constam os endereços e os contatos dos setores, departamentos e secretarias, a população canoense dirige-se diretamente ao local no qual o serviço solicitado é prestado. Este encaminhamento torna-se fundamental já que a Prefeitura está localizada em diversos pólos da cidade. Cada Posto de Atendimento, local de atuação dos estagiários, possui pastas com o registro de endereços, telefones, serviços e informações atualizadas constantemente e centralizadas pelos membros da equipe do Projeto. Moradores da cidade, políticos, empresários, autoridades e qualquer cidadão encontram nos Postos, atendimento rápido, prestativo, personalizado e preciso.

No setor público o desafio da transparência das ações faz com que as relações públicas tenham papel fundamental, como mostra Kunsch:

Neste sentido, a Comunicação Organizacional deve constituir-se num setor estratégico, agregando valores e facilitando, por meio das Relações Públicas, os processos interativos e as mediações da organização com seus diferentes

públicos, a opinião pública e a sociedade em geral, sob a égide dos princípios éticos. (2004, p. 96)

Espera-se que as organizações públicas assumam de fato a preocupação com a melhoria da qualidade de vida das pessoas e a diminuição das desigualdades sociais, comprovando que têm compromisso a qualidade de seus serviços. No Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão existem inúmeras possibilidades de atuação para oferecer atendimento qualificado. Através da elaboração de projetos de comunicação, os alunos praticam seus conhecimentos e promovem avanços nos serviços prestados pela Prefeitura. Entre outras atividades, são implementados projetos de identificação dos espaços da Prefeitura – Projeto de Sinalização; Projeto Crachás padronizados para os funcionários dos setores nos quais os estagiários atuam; são aplicados instrumentos de avaliações de atendimento; informativos são elaborados e executados em alguns setores. Outros exemplos de envolvimento com a melhoria do relacionamento entre os órgãos da administração pública municipal e o cidadão canoense podem ser encontrados em projetos de comunicação como o Projeto Agenda do Prefeito, Projeto Atendimento Preferencial, Projeto Mural.

Além do planejamento das ações voltadas ao cidadão, a equipe desenvolve projetos de comunicação interna, com o intuito de padronizar suas práticas e informar sobre as atividades dos estagiários. Entre eles está o Projeto Manual de Integração e Atendimento, o Projeto Melhores do Ano, com a premiação dos melhores planos de comunicação elaborados para as diferentes Secretarias; Projeto Risque e Rabisque, com atualização e manifestações dos próprios estudantes; Projeto Aniversário, com felicitações e comemorações dos aniversariantes do Projeto e autoridades locais; Boletim Informativo da Monitoria; Carta Motivacional para estudantes que ingressam ou deixam a equipe; Cursos de Atualização e Oficinas de Capacitação etc.

Os estudantes também participam da elaboração de instrumentos de comunicação dirigida para o próprio projeto com o intuito de divulgar o trabalho desenvolvido através de vídeo e site institucional⁸, publicações como folders, manuais, relatório de atividades, registro das ações, eventos internos, eventos na Prefeitura, na UFRGS e em outros espaços como escolas e universidades.

Um dos reconhecimentos pelo trabalho efetivado em seis anos foi conquistado em 2007, no *27º Prêmio Nacional de Opinião Pública*, outorgado pelo Conselho

⁸ www.nerp.ufrgs.br

Regional de Profissionais de Relações Públicas, 2ª Região SP/PR, na categoria *RP viabilizada pela Universidade*, com a apresentação da “Campanha de Cinco Anos do PROCAC – CANOAS”. Outras premiações, como as promovidas pela PUCRS, através do SET Universitário, e recebidas na apresentação de projetos específicos desenvolvidos pela equipe do Projeto, contribuem para caracterizar o foco no ensino, gerando o envolvimento dos estudantes com outras instituições e profissionais da área.

A convivência com a cultura institucional do setor público e as práticas e reflexões permitidas pelo Projeto sobre a área de relações públicas, cooperam para que os estagiários avancem no sentido de dirigir seus esforços para as demandas sociais, públicas, democráticas e participativas. Ao trabalhar a sustentabilidade dos relacionamentos públicos e ao incluir qualquer cidadão no processo da comunicação pública, as relações públicas parecem atender ao que Castro sugere:

Mais do que uma proposta, estamos vivendo uma aposta: a possibilidade de que juntos, consigamos formas civilizadas de convivência em que o outro – interlocutor legítimo e portador de interesses – possa ser também visto como sujeito de direitos válidos, capaz de argumentar em sua defesa, mostrar-se em público e contribuir para a construção de algo que todos possamos chamar de sociedade [...]. (2006, p.148)

As discussões a cerca da comunicação nos setores públicos parecem valorizar a responsabilidade dos profissionais da área e o Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão, enquanto projeto de ensino procura estabelecer problematizações e práticas que desenvolvam senso crítico, habilidade técnica, interesse teórico e talentos, considerando que:

Num cenário assim complexo, forjado no bojo de um processo que está longe de oferecer fórmulas e receitas que ao menos apontem para um ponto ideal, é fundamental que o comunicador público tenha plena consciência de seu papel histórico. Em vez de vestir a carapuça do frágil marisco na eterna luta do mar com o rochedo, é necessário que esse profissional arregace as mangas e coloque a mão na massa, dosando competência e eficácia com um rigoroso respeito e uma intransigente defesa do sagrado direito da sociedade à informação. O principal dever de casa do comunicador público é a cotidiana reflexão sobre o mal e o bem que o reflexo de seu trabalho pode causar à sociedade. (CAMARGOS, 2004, p.156)

A capacitação para a intervenção social no processo de ensino mobiliza esforços para atender necessidades, perfis, demandas e encontrar potencialidades de comunicação. Os estudantes do Projeto aprendem que informar, conscientizar, mobilizar e sustentar relacionamentos solicita trabalho persistente, determinação, planejamento e avaliação continuada. Isto significa que a dinâmica das relações públicas requer

flexibilidade, iniciativa, visão ampla da comunicação, organização e comprometimento com a mudança e resolução de problemas sociais. Embora a dimensão do trabalho de comunicação na área pública não tenha a pretensão de resolver todos os problemas, a comunicação pode ser fonte de esperança, de pequenas soluções diárias que por vezes interferem intensamente na vida dos cidadãos que solicitam um pouco de atenção, esperam por atendimento personalizado e informações corretas e atualizadas.

Considerações finais

Alternativas para o aprimoramento da comunicação pública são tendências crescentes da sociedade globalizada em função das exigências cada vez maiores da população e da necessidade das organizações públicas de reverterem a imagem de improvisação, burocracia e descaso que lhes acompanhou durante as últimas décadas.

Com foco nesta demanda de comunicação, os profissionais de relações públicas devem estar preparados para elaborar estratégias eficazes de relacionamento com o público destas instituições, levando em conta seu perfil e a melhor linguagem para atingir os resultados almejados. Com isso, fica clara a importância de ações capazes de potencializar o diálogo entre os órgãos públicos e os cidadãos que procuram seus serviços, como ocorre com as atividades desenvolvidas pela experiência do Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão da Prefeitura Municipal de Canoas, no Rio Grande do Sul.

A implantação de iniciativas que estimulem melhorias efetivas no âmbito da comunicação pública e da gestão de relacionamentos abertos e transparentes preserva o caráter democrático inerente aos serviços públicos. Medidas dirigidas para atingir a parcela da população que precisa ser informada são econômicas, produtivas e contribuem para a obtenção de resultados institucionais positivos. Com suas técnicas, instrumentos e conhecimentos as relações públicas interferem na sustentabilidade dos relacionamentos e na inclusão social nas organizações, criando processos comunicativos estratégicos para o setor público.

Referências

ALMEIDA, Fernando. **Os desafios da sustentabilidade**: uma ruptura urgente. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ARGENTI, Paul A. **Comunicação empresarial** – A Construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BRANDÃO, Elisabeth P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

CAMARGOS, Maurício Lara. O comunicador público entre o mar e o rochedo. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org). **Comunicação pública**. Campinas: Editora Alínea, 2004.

CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spínola. Dilemas para a constituição do espaço público brasileiro: controvérsias midiáticas. In: **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spínola (orgs). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

DUARTE, Jorge. **Comunicação e opinião pública**. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas** – processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2003.

IZURIELA, Roberto. **La Comunicación Política en la era del entretenimiento** – Un estudio de la comunicación y las Relaciones Públicas para Gobiernos. In: Estrategias de comunicación para gobiernos. Buenos Aires: La Crujiá, 2003.

KOTLER, Philip; LEE, Nancy. **Marketing no setor público**. Trad. Gabriela Perizzollo; Patrícia Lessa Flores da Cunha. Porto Alegre: Bookman, 2008.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Organizações, cidadania, comunicação e os limites entre as estratégias e a ética. In: MOREIRA, Sonia. BRAGANÇA, Aníbal (org.). **Mídia, ética e sociedade**. Belo Horizonte: PUC Minas, 2004. (Coleção INTERCOM, v.18).

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4ª ed. São Paulo: Summus, 2003.

MENDES, Vera Lúcia Peixoto. Inovação gerencial na administração pública, cidadania e direito dos brasileiros. In: **Revista Organizações & Sociedade**, v.8, nº22, 2001. Disponível em: <<http://www.revistaoes.ufba.br/viewissue.php?id=5#Artigos>>. Acesso em: 25 set. 2007.

NOVELLI, Ana Lucia Coelho Romero. O papel institucional da comunicação pública para o sucesso da governança. IN: **Organicom**: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas. Ano 3, nº 4, 2006.

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **Relações públicas nas empresas modernas**. 5ª ed. São Paulo: Pioneira, 1993.