

GESTÃO PÚBLICA E RESPONSABILIDADE: UMA ABORDAGEM ACERCA DA IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO DE CAMPANHAS

PUBLIC MANAGEMENT AND RESPONSIBILITY: AN APPROACH TO THE IMPORTANCE OF CAMPAIGNS COMMUNICATION

Jaíne de Paula Silva¹

Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG)

Lidia Noronha Pereira²

Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG)

Resumo

O presente artigo visa apresentar uma abordagem sobre o processo de comunicação presente na gestão pública brasileira. Dessa forma, aborda-se de forma sucinta sobre os princípios regentes da administração pública brasileira, sobre a comunicação pública e o processo de comunicação. Ainda, aborda-se a fundamental importância da Análise de Discurso para explicar o funcionamento de materialidades discursivas, como as campanhas publicitárias públicas. Para tanto, foi utilizada como metodologia a pesquisa qualitativa e bibliográfica para a exploração dos temas e embasamento teórico. Com isso, foi possível observar que o discurso presente nas campanhas públicas, por possuir caráter ideológico como toda manifestação de linguagem, gera interpretações diversas e singulares que, não raro, podem caminhar para sentidos contrários ou mesmo excludentes a determinado grupo social. Cabe assim, maior comprometimento diante da construção das campanhas publicitárias realizadas pela administração pública, uma vez que é direcionada a um público diversificado.

Palavras-chave: Comunicação. Gestão pública. Campanha publicitária.

Abstract

This article aims to present an approach to the communication process in Brazilian public management. In this way, it briefly addresses the governing principles of Brazilian public administration, public communication and the communication process. Furthermore, the fundamental importance of Discourse Analysis is addressed to explain the functioning of discursive materialities, such as public advertising campaigns. For this purpose, qualitative and bibliographical research was used as a methodology to explore the themes and theoretical basis. With this, it was possible to observe that the discourse present in public campaigns, because it has an ideological character like any manifestation of language, generates diverse and singular interpretations that, not infrequently, can lead to contrary or even excluding senses to a certain social group. Thus, greater commitment is needed in the construction of publicity campaigns carried out by the public administration, since it is aimed at a diverse public.

Keywords: Communication; public management; advertising campaign.

¹Graduanda em Administração Pública pela Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL - MG).

E-mail: jaine.silva@sou.unifal-mg.edu.br.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-0778-2208>

²Doutora em Ciências da Linguagem pela Universidade Vale do Sapucaí (UNIVÁS) e docente do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA) da Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG).

E-mail: lidia.pereira@unifal-mg.edu.br.

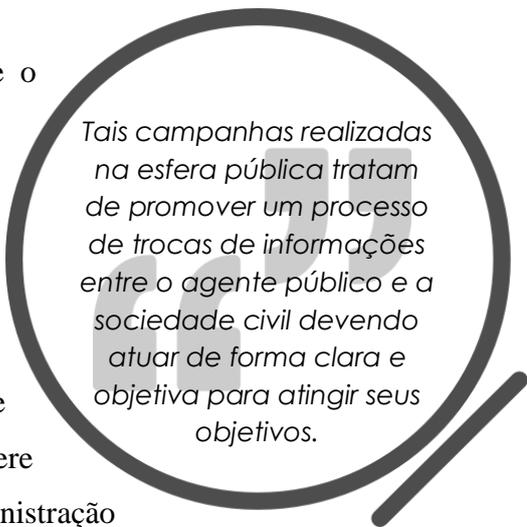
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1648-966X>

COMUNICAÇÃO E GESTÃO PÚBLICA: REFLEXÕES INICIAIS

A Administração Pública Brasileira é um instrumento que se materializa em função de atender as necessidades e demandas sociais da população. Através de uma rede de apoio formada por funcionários, agentes, órgãos e poderes que, atuando juntamente, buscam promover a administração dos bens e serviços públicos nas três esferas governamentais: Federal, Estadual e Municipal. (RIBEIRO; 2016).

Assim, segundo Morais (2009), para que ocorra o desenvolvimento da máquina pública é necessário que entrem em ação uma série de princípios e normas que direcionam as tomadas de decisão. Para tanto, os princípios que norteiam a gestão pública são: o princípio da legalidade, o princípio da impessoalidade, o princípio da moralidade, o princípio da publicidade e o princípio da eficiência. (MORAIS, 2009).

Por princípio da legalidade, compreende-se o comportamento de subordinação à lei por parte da administração pública, não havendo espaço para ilegalidades ou vontades pessoais. Já o princípio da impessoalidade trata a despeito da ausência de favorecimentos, favoritismo e discriminações, pois a gestão pública deve ser regida através da finalidade pública que foca em todos os cidadãos. No que se refere à moralidade, esta é um princípio que atribui a administração



Tais campanhas realizadas na esfera pública tratam de promover um processo de trocas de informações entre o agente público e a sociedade civil devendo atuar de forma clara e objetiva para atingir seus objetivos.

pública não somente a ação legal, mas também uma ação que seja dotada de princípios morais que atuem em prol da boa-fé, da ética e da lealdade. Nesse passo, é cabível ao princípio da publicidade que seja garantido o controle da gestão administrativa por parte da sociedade. Por fim, o princípio da eficiência diz respeito à capacidade e a aptidão que visa a busca pelo melhor resultado possível também com foco na sociedade civil. (MORAIS, 2009).

Contudo, além do princípio da publicidade que determina que todas as tomadas de decisões sejam divulgadas à sociedade em geral, a menos que sejam passíveis de controle judicial, também são realizadas campanhas governamentais que atuam como fator de informação sobre os mais diversos assuntos que são tratados publicamente e de interesse da população.

Dessa forma, a comunicação realizada através dessas campanhas, são denominadas como Comunicação Pública. Duarte (2009) sintetiza que além de promover a transparência de

informações, a comunicação pública também atua como um elo entre a gestão e o cidadão, operando como instrumento de diálogo.

Assim, a comunicação pública deve ser compreendida de forma superior do que apenas promover a informação. Deve abarcar a possibilidade de os cidadãos terem pleno conhecimento das informações sobre o âmbito público, também a capacidade de expressar posicionamentos com a certeza de que serão ouvidos e que receberão respostas através do diálogo. Nessa perspectiva, Verhine (2020) ressalta a importância da comunicação pública mesmo que em suas finalidades distintas pois, mesmo que suas intenções sejam modificadas, a sua centralidade sempre será voltada ao cidadão.

Tais campanhas realizadas na esfera pública tratam de promover um processo de trocas de informações entre o agente público e a sociedade civil devendo atuar de forma clara e objetiva para atingir seus objetivos.

Diante disso, é importante ressaltar o termo utilizado para denominar o obstáculo presente na compreensão da mensagem: o ruído. Verhine (2020) salienta que as interferências existentes no ato da comunicação podem ser responsáveis por aumentar a incerteza, gerar desordem ou até mesmo alterar o conteúdo da mensagem. Essas interferências são denominadas como ruídos e são consideradas como uma barreira para o significado da mensagem. (VERHINE, 2020).

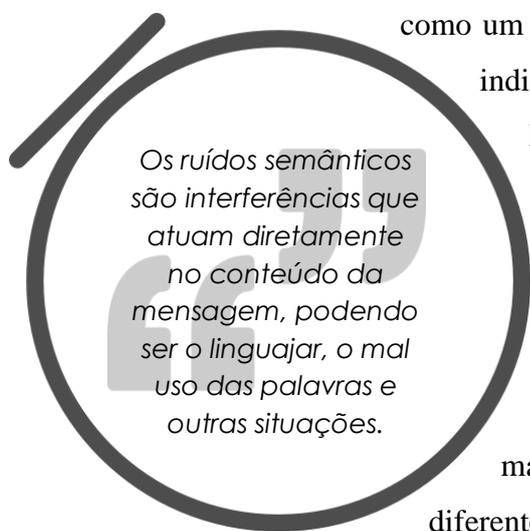
Nessa situação, os ruídos seriam apenas interferências que modificam ou comprometem a compreensão da mensagem, que podem ser exemplificados através da definição de Verhine (2020) ao se referir a Coelho Netto (2001) que cita duas formas de ruídos na comunicação: o semântico e o físico. Os ruídos semânticos são interferências que atuam diretamente no conteúdo da mensagem, podendo ser o linguajar, o mal uso das palavras e outras situações. Já os ruídos físicos podem ser caracterizados como aqueles que interferem de forma física como excesso de barulhos no ambiente em que ocorre a comunicação.

Porém, em alguns casos, pode haver problemas na disposição de imagens ou informações que podem fazer com que a propaganda realizada atinja um objetivo divergente do que foi designado, assim, pode comprometer de certa forma a compreensão ou a leitura dessa campanha. A problemática está no fato de que a denominação de ruídos não é suficiente para elucidar e explicar os problemas existentes nas campanhas realizadas pelos órgãos públicos que são inerentes às questões mais intensas decorrentes de questões sociais.

Assim, a Análise de Discurso, tratada por Orlandi (2012), possibilita a compreensão através de um elo realizado entre a linguagem e a realidade social. Ou seja, realiza uma

articulação entre a linguagem e as Ciências Sociais desnudando o texto ao apontar para as possibilidades de sentidos que vão além do que está em sua superfície ou explicitamente disponível. Com base no que é proposto por Orlandi (2003), a Análise de Discurso trata sobre a relação existente entre linguagem e ideologia, observando, através do discurso, a relação existente entre ambos.

Nessa perspectiva, Orlandi (2012) trata sobre os procedimentos da análise de discurso como um processo de interpretação e de identificação que cada indivíduo irá realizar com base na posição que se encontra.



Mesmo que a campanha realizada pelo órgão público seja realizada na língua em que a sociedade compreenda, cada indivíduo realizará uma interpretação diferente pois, mesmo que falemos a mesma língua, cada um fala de um lugar ou de uma posição social diferente, fazendo com que as materialidades sejam observadas de formas tão diferentes.

Assim, o processo da análise de discurso compreende que o sujeito sofre influência da ideologia e de seu próprio inconsciente, fazendo com que compreenda aquela mensagem de maneira individual e singular. Desse modo, é passível de salientar a importância da análise de discurso devido a sua possibilidade de apontar a multiplicidade de sentidos construídos a partir de uma materialidade. Cabe ressaltar que, com base no que foi exposto acerca da Administração Pública, espera-se que haja maior comprometimento ao tratar sobre as campanhas realizadas pela gestão pública para que os princípios regentes sejam garantidos e efetivados.

A comunicação pública é um importante instrumento para que haja uma ligação entre a sociedade e os órgãos públicos. Através delas é possível transmitir informações, promover conscientização e, principalmente, proporcionar a transparência sobre as tomadas de decisões. O processo de comunicação presente no âmbito público contempla todos os elementos que a comunicação possui. O receptor, a mensagem, o transmissor e, em caso de interferências, também há o ruído que é qualquer interferência que prejudique a compreensão ou distorça o significado do conteúdo transmitido.

No entanto, quando observadas campanhas realizadas no âmbito público pode-se perceber que, não raro, estas apresentam questões que vão além de um mero problema de linguagem em que somente a terminologia de ruído seria incapaz de abranger. Assim, a Análise

de Discurso é uma teoria capaz de compreender e explicar o funcionamento do discurso através de seus efeitos de sentidos perpassados pela ideologia e pelo inconsciente. Isso quer dizer que, uma peça publicitária por exemplo, pode apresentar um conteúdo racista, misógino, excludente, etc., ao mesmo tempo que tenha a intenção de oferecer um produto, um serviço, entre outros. Desse modo, para além do ruído, a Análise de Discurso visa apontar para a multiplicidade de efeitos de sentidos que uma mesma materialidade discursiva (como a uma peça publicitária) é capaz de gerar demonstrando, desse modo, o papel da ideologia.

Com base nos estudos realizados por Orlandi (2012), as influências políticas e simbólicas são capazes de promover deslizos no ato da interpretação, assim, pode haver problematizações na forma de ler e na forma de produzir sentidos. Sua principal característica aponta que a linguagem é, na verdade, uma prática e a ideologia é o fator principal que promove a relação entre palavra e coisa pois, através dela, se forma a significação.

Dessa forma, a realização de campanhas para a comunicação pública pode ser construída e/ou compreendida por um viés ideológico contrário a causa em questão ou até mesmo por equívocos na utilização do conteúdo devido ao contexto social em que se está inserido. Assim, faz-se necessário que a construção de campanhas e peças publicitárias levem em consideração a multiplicidade de sentidos que um mesmo conteúdo pode gerar, realizando, dessa forma, a comunicação pública com responsabilidade, ética e compromisso.

INDICAÇÃO DAS AUTORAS

- BRESSER PEREIRA, Luiz Carlos. A reforma do Estado dos anos 90: lógica e mecanismos de controle. Lua Nova: Revista de cultura e política, p. 49-95, 1998. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/xQZRPfMdrHyH3vjK/LqtmMWd/?lang=pt&format=html> Acesso em 12 de dezembro de 2022.
- PAULA, Ana Paula Paes. Entre o Gerencialismo e a Gestão Social: em busca de um novo modelo para a administração pública brasileira. Bibliotecadigital. Fgv. Br, v. 45, n. 1, p. 36-49, 2006.
- JAKOBSON, R. Linguística e comunicação. 22.ed. Tradução de Izidoro Blikstein; José Paulo Paes. São

REFERÊNCIAS

- DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do (s) conceito (s) de comunicação pública. **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, p. 121-134, 2011.
- MORAIS, Janaina Jacolina. Princípio da eficiência na Administração Pública. **ETHOS JUS: Revista Acadêmica de Ciências Jurídicas**. Avaré: Faculdade Eduvale de Avaré, v. 3, n. 1, p. 99-105, 2009.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios & procedimentos**. Pontes, 2012.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. A Análise de Discurso em suas diferentes tradições intelectuais: o Brasil. **Seminário de Estudos em Análise de Discurso**, v. 1, p. 8-18, 2003.
- RIBEIRO, Amanda Sonaly Agra et al. **Adoção dos princípios da administração pública gerencial em estados Brasileiros**. 2016. Disponível em: <<http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/riufcg/12228/AMANDA%20SONALY%20AGRA%20RIBEIRO%20-%20TCC%20ADMINISTRA%C3%87%C3%83O%202016..pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em 12 de dezembro de 2022.
- VERHINE, Alan. Ruídos na comunicação vs. transparência na administração pública brasileira. Disponível em: <[9ac57e4/Ruidos-na-comunicacao-vs-transparencia-na-administracao-publica-brasileira-Communication-noise-vs-transparency-in-brazilian-public-administration.pdf](https://doi.org/10.9ac57e4/Ruidos-na-comunicacao-vs-transparencia-na-administracao-publica-brasileira-Communication-noise-vs-transparency-in-brazilian-public-administration.pdf)> Acesso em 19 de outubro de 2022.