

COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL E CREDIBILIDADE NA GESTÃO PÚBLICA: A UTILIZAÇÃO DO RELAÇÕES-PÚBLICAS COMO FERRAMENTA DE FORTALECIMENTO DAS INSTITUIÇÕES

Alfredo Santos Albuquerque¹

RESUMO

O Princípio da Publicidade na Administração Pública, presente no Artigo 37 da Constituição Federal de 1988, orienta os três pilares que regem a comunicação governamental: a informação, a educação e a orientação social. Ele elenca o caráter que a gestão pública adotará na promoção do trabalho dos seus operadores e, como consequência desse empenho, além de alcançar os resultados orientados pelo princípio, apresentar a noção e despertar no público o sentimento de cidadania. Contudo, a ausência de um esforço eficaz faz com que a organização não apresente atributos suficientes para estabelecer uma imagem positiva e uma boa reputação para os seus públicos, principalmente o cidadão. Consequentemente, além de não cumprir a Carta Magna, também desconstrói no indivíduo a identidade cívica esperada como resultado dos trabalhos de incluir àquele numa esfera democrática e na estrutura de governo, por meio da comunicação governamental e seus respectivos esforços. A inação da comunicação e suas consequentes perdas resultam numa crise de imagem que impede o alcance dos objetivos materiais e imateriais da comunicação governamental. Para evitar esse dano ou recuperar o que fora perdido, faz-se necessário o uso do profissional as reações públicas e as estratégias de comunicação integrada. Essa solução impõe à comunicação, doravante a criação e execução de um plano de ação, a obrigação de ser a ferramenta necessária para a recuperação da credibilidade de um órgão

1 Pós-Graduando do Curso de Comunicação Eleitoral e Marketing Político da Faculdade Estácio - PB, alfreedin@outlook.com;

governamental, além de ser um mecanismo essencial para a criação ou recuperação do sentimento cívico-cidadão. Este trabalho apresentará, por meio das análises de cases e suas respectivas fundamentações teóricas, como as Relações Públicas são uma das principais ferramentas para o estabelecimento da credibilidade positiva e como o trabalho integrado e orquestrado das ferramentas da comunicação como publicidade e assessoria de imprensa podem ser empenhados para o fortalecimento da imagem institucional.

Palavras-Chave: Relações-Públicas; Comunicação Governamental; Comunicação Pública; Assessoria de Imprensa; Gestão de Crise

INTRODUÇÃO

A credibilidade das instituições públicas constitui elemento essencial para o fortalecimento do relacionamento entre o Estado e o cidadão e, consequentemente, para a consolidação da democracia, conforme apontam estudos no campo da comunicação pública e das Relações Públicas desenvolvidos por Duarte (2009; 2021), Brandão (2012), Haswani (2013), Zémor (1995) e Kunsch (2023). Esse vínculo está diretamente relacionado à forma como os governos se apresentam à sociedade, especialmente no que se refere à transparência, à participação social e à educação cívica, dimensões nas quais a comunicação governamental assume papel estratégico.

Em um cenário contemporâneo marcado pela ampla difusão de *fake news* e pela fragilização da confiança nos meios midiáticos, a comunicação institucional enfrenta desafios adicionais para a manutenção de sua credibilidade. Conforme analisa Taia (2025), a rápida propagação de informações manipuladas por interesses diversos compromete a confiança da sociedade nas instituições públicas, reforçando a necessidade de estratégias comunicacionais éticas, planejadas e orientadas ao interesse público, conforme defendem os pressupostos da comunicação pública democrática.

A centralidade das redes sociais nesse ecossistema informacional contribuiu para a falsa percepção de que a simples presença digital seria suficiente para informar a população, o que acaba por limitar e excluir parcelas significativas da sociedade. Tornou-se recorrente associar a disponibilização de informações na internet à efetiva prática da comunicação pública, desconsiderando realidades estruturais e socioeconômicas. Tal contexto é agravado pelo fato de que 20,5 milhões de brasileiros ainda não possuem acesso à internet, segundo dados da PNAD Contínua (IBGE, 2025), evidenciando a necessidade de estratégias comunicacionais inclusivas, alinhadas aos princípios constitucionais do Artigo 37 da Constituição Federal.

Autores como Brandão (2012) e Haswani (2013) ressaltam que a efetividade da comunicação pública exige o conhecimento aprofundado dos públicos, considerando seus modos de vida, níveis de letramento e hábitos informacionais como condição indispensável para a construção do diálogo e da participação cidadã. Essa perspectiva dialoga com Duarte (2009), ao reafirmar a centralidade do cidadão como sujeito ativo do processo comunicacional e democrático, e

com Zémor (1995), ao compreender a comunicação pública como instrumento de mediação permanente entre Estado e sociedade.

Nesse contexto, o profissional de Relações Públicas assume papel central como agente estratégico da gestão pública, atuando na mediação entre o poder público e a sociedade, no planejamento dos fluxos comunicacionais e na construção da credibilidade institucional. Conforme defendem Kunsch (2023), Grunig et al. (1992) e Ferrari (2011), a atuação do Relações Públicas é fundamental para alinhar discurso institucional, práticas administrativas e experiência do cidadão, promovendo relações baseadas na confiança, no diálogo e na participação social.

Destarte, o presente estudo tem como objetivo geral demonstrar como a atuação estratégica do profissional de Relações Públicas na comunicação governamental contribui para o fortalecimento da credibilidade institucional e para a ampliação da participação cidadã, a partir de uma análise bibliográfica fundamentada nos autores supracitados e do estudo de caso da plataforma Conecta Recife. Busca-se evidenciar como a comunicação pública, quando planejada de forma integrada, ética e orientada ao cidadão, pode consolidar-se como instrumento democrático e relacional na gestão pública contemporânea.

RELAÇÕES-PÚBLICAS E A SUA IMPORTÂNCIA NA GESTÃO PÚBLICA

Todas as organizações necessitam estabelecer um diálogo contínuo e estruturado com seus diversos públicos, com o objetivo de construir relacionamentos duradouros. No contexto da gestão pública, esse diálogo assume caráter ainda mais relevante, uma vez que se constitui, primordialmente, como instrumento de prestação de contas das ações empreendidas por seus gestores. Além disso, a comunicação entre o ente público e a população pressupõe a compreensão de que os cidadãos não atuam apenas como receptores da comunicação governamental, mas também como produtores ativos do processo comunicacional, conforme argumenta Matos (2009).

Assim, evidencia-se a necessidade da atuação de um profissional capacitado para pesquisar os públicos e desenvolver estratégias comunicacionais adequadas à compreensão eficaz das informações, papel atribuído ao profissional de Relações Públicas, que se configura como instrumento essencial de mediação entre a gestão pública e a sociedade.

Kunsch (2023) define que o profissional de Relações Públicas

é responsável por planejar, implantar e gerenciar a comunicação institucional nas organizações, bem como os relacionamentos estratégicos com os diversos públicos por meio de canais de comunicação, incluindo mídias sociais e eventos. Além disso, atua no desenvolvimento de pesquisas e auditorias de opinião e em relações governamentais, visando à manutenção de uma imagem positiva e à construção da boa vontade dos públicos em relação às atividades, produtos ou serviços das organizações.

À luz dessa definição, compreende-se o papel estratégico que o Relações Públicas assume na consolidação da comunicação pública, atuando como intermediador entre o poder público e a sociedade. Compete a esse profissional organizar, traduzir e mediar informações, assegurando a transparência administrativa, o fortalecimento da credibilidade institucional e a promoção da educação e da orientação social da população.

Ao planejar, executar e supervisionar ações de comunicação pública acessíveis e inclusivas - considerando diferentes níveis de letramento, alfabetização e inclusão social, cultural e digital - o Relações-Públicas contribui para a satisfação, a informação e a compreensão dos conteúdos por parte dos cidadãos. Tal atuação amplia o exercício da democracia para além do ato do voto, ao estimular o diálogo, a participação ativa e a interação direta com a administração pública.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E A CREDIBILIDADE DA GESTÃO

Conceituar comunicação pública no Brasil ainda representa um desafio, uma vez que seus limites e práticas dialogam com outros campos da comunicação. Para os fins deste estudo, adota-se a definição de Duarte (2021), segundo a qual a comunicação pública corresponde às ações comunicacionais oriundas da gestão pública e voltadas ao cidadão. O autor complementa que a comunicação pública é, em grande medida, responsabilidade do setor público, mas extrapola o Estado e seus órgãos institucionais, abrangendo toda comunicação que busca alcançar o indivíduo em sua condição de cidadão (DUARTE, 2021). Essa responsabilidade corresponde à obrigação de tornar públicas as ações governamentais, possibilitando a fiscalização, o debate e a cobrança de direitos por parte da sociedade.

A comunicação pública ultrapassa as necessidades de informação e transparência previstas na Constituição Federal de 1988 e constitui um dos pilares da garantia da cidadania. Medeiros e Chirnev (2021) destacam que a comunicação pública se destina a assegurar o exercício da cidadania, o acesso aos serviços e às informações de interesse público, bem como a transparência e a prestação de contas.

Duarte (2009) reforça essa centralidade ao afirmar que:

a comunicação pública 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 às suas características e necessidades e do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável (DUARTE, 2009, p. 61).

Nesse caminho, tanto a Constituição Federal de 1988 quanto a literatura especializada atribuem papel central ao cidadão enquanto sujeito ativo do processo democrático e informacional da gestão pública. A democracia, nesse sentido, consolida-se por meio de práticas comunicacionais que asseguram informação qualificada, diálogo permanente e mecanismos efetivos de escuta, fortalecendo a credibilidade e a legitimidade do poder público.

ANÁLISE DE CASO: CONECTA RECIFE

O aplicativo Conecta Recife foi selecionado como estudo de caso por materializar uma iniciativa de comunicação pública que resultou no aumento da participação cidadã nas ações da gestão municipal. Desenvolvido pela Empresa Municipal de Informática do Recife, o aplicativo integra serviços públicos, informações institucionais e canais de relacionamento com a população. Na administração pública contemporânea, a comunicação pública assume papel estratégico na construção de relacionamentos entre Estado e sociedade. Zémor (1995) e Brandão (2007) defendem que a comunicação pública deve ser orientada ao interesse coletivo, assegurando o direito à informação, ao diálogo e à participação cidadã.

Os dados institucionais indicam ampla adoção do Conecta Recife. Até o primeiro ano de funcionamento, em 2021, foram registrados mais de 13 milhões de acessos e mais de 500 mil downloads (RECIFE, 2021a). No mesmo período, houve mais de 4 milhões de acessos, 228 mil downloads e 450 mil cadastros para a

vacinação contra a COVID-19 (RECIFE, 2021b). Já os dados mais recentes apontam que, em 2024, o aplicativo ultrapassou 1 milhão de usuários cadastrados e registrou mais de 6 milhões de acessos a serviços públicos, evidenciando seu papel como canal institucional de relacionamento e de credibilidade (RECIFE, 2024).

De acordo com o modelo de comunicação simétrica de mão dupla proposto por Grunig et al. (1992), o Conecta Recife configura-se como um espaço institucionalizado de diálogo entre governo e cidadão. Ferrari (2011) ressalta que cabe ao profissional de Relações Públicas alinhar discurso institucional, práticas comunicacionais e experiência do público, visando à construção da reputação e da credibilidade organizacional. Do ponto de vista democrático, essa mediação comunicacional dialoga com Habermas (1984), ao favorecer práticas comunicativas baseadas no entendimento e na participação social. Assim, o Conecta Recife consolida-se como um case de aplicação estratégica das Relações Públicas na comunicação governamental, contribuindo para o fortalecimento da credibilidade e da legitimidade das instituições públicas.

CONCLUSÃO

A comunicação governamental, orientada pelos princípios constitucionais da publicidade, transparência e interesse público, revela-se elemento central para o fortalecimento da credibilidade das instituições e para a consolidação da democracia. Ao longo deste trabalho, evidenciou-se que a ausência de planejamento comunicacional e de estratégias inclusivas compromete não apenas a imagem e a reputação da gestão pública, mas também o exercício pleno da cidadania, ao restringir o acesso à informação qualificada e aos espaços de participação social.

A análise teórica demonstrou que a comunicação pública ultrapassa a função meramente informativa, configurando-se como instrumento estratégico de diálogo, escuta e corresponsabilização entre Estado e sociedade. Nesse contexto, o profissional de Relações Públicas assume papel fundamental ao atuar como mediador qualificado dos fluxos comunicacionais, garantindo que as mensagens institucionais estejam alinhadas às necessidades, aos níveis de letramento e às realidades socioculturais dos diferentes públicos. Sua atuação contribui diretamente para a construção de relacionamentos duradouros, para a prevenção de crises e para o fortalecimento da confiança do cidadão na gestão pública.

O estudo de caso do aplicativo Conecta Recife evidenciou, de forma concreta, como a aplicação estratégica das Relações Públicas na comunicação governamental pode ampliar a participação cidadã e fortalecer a credibilidade institucional. Os dados analisados demonstram que a plataforma não se limita a um recurso tecnológico, mas se configura como um canal relacional que integra serviços, informação e diálogo, aproximando a população da administração municipal. Tal iniciativa confirma que a tecnologia, quando orientada por princípios da comunicação pública e por uma gestão comunicacional planejada, torna-se um meio eficaz de promoção da transparência, da eficiência e da legitimidade democrática.

Conclui-se, portanto, que a credibilidade da gestão pública não é resultado de ações pontuais ou da simples presença digital, mas de um processo contínuo e estratégico de comunicação, no qual o profissional de Relações Públicas desempenha função essencial. Ao alinhar discurso institucional, práticas administrativas e experiências do cidadão, a comunicação governamental contribui para a reconstrução da confiança social, para o fortalecimento das instituições públicas e para a efetivação de uma democracia participativa, que ultrapassa o ato do voto e se materializa no diálogo permanente entre governo e sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRANDÃO, Elizabeth. **Conceito de Comunicação Pública**. In: DUARTE, Jorge (org.) *A Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo, Atlas, 2007.

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

DUARTE, Jorge. **Instrumentos de Comunicação Pública**. In: DUARTE, Jorge (org.) *A Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo, Atlas, 2007.

DUARTE, Marcia. **Comunicação e cidadania**. In: DUARTE, Jorge (org.) *A Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo, Atlas, 2007.

FERRARI, Maria Aparecida. *Relações públicas: gestão estratégica de relacionamentos*. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). **Comunicação organizacional**

estratégica – aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus Editorial, 2016.

GRUNIG, James E.; GRUNIG, Larissa A.; DOZIER, David M. **Excellence in public relations and communication management.** Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.

HABERMAS, Jürgen. **The theory of communicative action.** Boston: Beacon Press, 1984. v. 1.

HASWANI, Mariângela Furlan. **A comunicação estatal como garantia de direitos: foco no Brasil, na Colômbia e na Venezuela.** 2010. Tese (Doutorado em Integração da América Latina) – Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/84/84131/tde-31082012-122619/publico/2010_MariangelaFurlanHaswani.pdf. Acesso em: novembro 2025.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: acesso à internet e à televisão.** Rio de Janeiro, 2025. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: nov. 2025.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 6. ed. São Paulo: Summus, 2023.

MATOS, Heloiza. **Comunicação Pública, esfera pública e capital social.** In: DUARTE, Jorge (org.) A Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo, Atlas, 2007.

MEDEIROS, Armando; CHIRNEV, Lilian (orgs.). **Guia de comunicação pública.** Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública – ABCPública, 2021. Disponível em: <https://abcpublica.org.br/wp-content/uploads/2023/03/GUIA-DE-COMUNICACAO-PUBLICA.pdf>. Acesso em: nov. 2025.

RECIFE (Prefeitura Municipal). **Conecta Recife: relatório institucional.** Recife, 2021a. Disponível em: <https://www.recife.pe.gov.br>. Acesso em: outubro. 2025.

RECIFE (Prefeitura Municipal). **Dados de vacinação contra a COVID-19 via Conecta Recife.** Recife, 2021b. Disponível em: <https://www.recife.pe.gov.br>. Acesso em: outubro. 2025.

RECIFE (Prefeitura Municipal). **Relatório integrado de gestão digital.** Recife, 2024. Disponível em: <https://www.recife.pe.gov.br>. Acesso em: outubro. 2025.

TAIA, Yasmin Freitas. *A crise das instituições democráticas e impactos no Brasil*. **Revista Petrel**, v. 7, n. 1, maio 2025. Disponível em: https://petrel.unb.br/images/Boletins/Petrel_v7_n1_mai_2025/Taia.pdf. Acesso em: nov. 2025.

ZÉMOR, Pierre. **La communication publique**. 2. ed. Paris: Presses Universitaires de France, 1995.