

UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ
Edna Mendes dos Reis Okabayashi

**ANÁLISE DO CONTEÚDO DOS PORTAIS OFICIAIS DE
COMUNICAÇÃO PÚBLICA DO GOVERNO DO ESTADO DE
RONDÔNIA**

Taubaté
2020

Edna Mendes dos Reis Okabayashi

**ANÁLISE DO CONTEÚDO DOS PORTAIS OFICIAIS DE
COMUNICAÇÃO PÚBLICA DO GOVERNO DO ESTADO DE
RONDÔNIA**

Dissertação apresentada para obtenção do Título de Mestre em Planejamento e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté.

Área de Concentração: Planejamento e Desenvolvimento Regional.

Orientador: Profa. Dra. Monica Franchi Carniello.

**Taubaté
2020**

Sistema Integrado de Bibliotecas SIBi/UNITAU
Biblioteca Setorial de Gestão e Negócios/Civil

O41a Okabayashi, Edna Mendes dos Reis
Análise do conteúdo dos portais oficiais de comunicação pública do governo do estado de Rondônia / Edna Mendes dos Reis Okabayashi - 2020.
121f. : il.

Dissertação (mestrado) - Universidade de Taubaté, Departamento de Gestão e Negócios, 2020.
Orientação: Profa. Dra. Monica Franchi Carniello, Departamento de Gestão e Negócios.

1. Planejamento. 2. Desenvolvimento Regional. 3. Comunicação Pública. I. Título.

CDD 301.16

EDNA MENDES DOS REIS OKABAYASHI

**ANÁLISE DO CONTEÚDO DOS PORTAIS OFICIAIS DE COMUNICAÇÃO
PÚBLICA DO GOVERNO DO ESTADO DE RONDÔNIA**

Dissertação apresentada para obtenção do Título de Mestre em Planejamento e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté.

Área de Concentração: Planejamento e Desenvolvimento Regional.

DATA _____ / _____ / _____.

RESULTADO: _____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Monica Franchi Carniello

Universidade de Taubaté

Assinatura: _____.

Profa. Dra. Viviane Fushimi Velloso

Universidade de Taubaté

Assinatura: _____.

Prof. Dr. Francisco de Assis

Centro Universitário FIAM/FAAM

Assinatura: _____.

Ao meu esposo, Katuo Okabayashi, pela grande parceria na vida e no amor.

À minha filha, Ana Mitie, pela inspiração para viver este novo desafio.

Aos 'anjos', pessoas especiais que Deus colocou em meu caminho quando precisei de apoio e incentivo para seguir em frente.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo cuidado e proteção.

À orientadora, professora Dra Monica Franchi Carniello, pela paciência e disposição em compartilhar conhecimentos que foram determinantes para a conclusão desta pesquisa.

Ao Coordenador Geral do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté, Dr. Edson Aparecida de Araujo Querido Oliveira, pelo seu compromisso com a excelência do curso.

A todos os professores do programa do Mestrado Acadêmico da Universidade de Taubaté, pelo apoio e incentivo.

À colega Chirlany Carvalho Mendanha, em seu nome agradeço aos colegas de curso, pelas discussões e trocas de experiências que serviram de motivação e incentivo para a conclusão desta pesquisa.

RESUMO

A comunicação pública representa um instrumento governamental de grande valor para o desenvolvimento regional, considerando o fato de o acesso à informação ser uma condição para o exercício da cidadania. A presente pesquisa tem como objetivo analisar os conteúdos dos portais oficiais de comunicação pública do governo do estado de Rondônia, especificamente aqueles publicados pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia (EMATER); Secretaria de Agricultura do Estado de Rondônia (SEAGRI); e Secretaria de Estado de Desenvolvimento Ambiental (SEDAM). A motivação para a escolha dessas instituições se deve ao fato de a agropecuária compor aproximadamente 15% do Produto Interno Bruto do estado, colaborando diretamente para o desenvolvimento econômico, motivo pelo qual as três instituições estão diretamente relacionadas a esse setor. Para atingir o objetivo foram analisados os conteúdos dos referidos canais, para verificar como se processa a comunicação. De caráter exploratório e abordagem qualitativa, a presente pesquisa elucidou, por meio da análise de conteúdo dos canais de comunicação pública, a influência das políticas públicas no processo de desenvolvimento regional. As discussões aqui presentes possibilitam reflexões sobre a história da comunicação pública do governo do Estado de Rondônia, o conhecimento do cenário que possivelmente dificultou a não efetivação da comunicação, e, por fim, a colaboração da comunicação para o desenvolvimento regional do Estado. Verificou-se que apesar do atendimento às características teóricas elencadas, os portais web das instituições aqui analisadas não realizam, ou ao menos não conseguem realizar, um diálogo com os cidadãos e tampouco oferecem dados relevantes para investidores, empreendedores ou pesquisadores. A partir do resultado da análise pode-se concluir que há necessidade de: aprimoramento dos conteúdos existentes nos canais de comunicação pública do governo; capacitação dos profissionais que atuam na área em relação às características da comunicação pública preconizados pelos teóricos; produção de conteúdo específico das potencialidades e oportunidades do estado, apresentando os caminhos a serem percorridos pelos investidores; e realização de planejamento estratégico coordenado e proativo, que inclua e ouça a população e, principalmente, atenda ao direito constitucional à informação, um aspecto básico para a cidadania e para o êxito do planejamento e do desenvolvimento regional.

Palavras-chave: Planejamento. Desenvolvimento Regional. Comunicação Pública.

ABSTRACT

Public communication represents a government instrument of great value for regional development, considering the fact that access to information is a condition for the exercise of citizenship. This research aims to analyze the content analysis through official communication channels of the Rondônia State Government, specifically the official communication channels of the Rondônia State Technical Assistance and Rural Extension Company (EMATER), of the Rondônia State Department of Agriculture (SEAGRI) and the State Secretariat for Environmental Development (SEDAM). The motivation for choosing these institutions is the fact that agriculture makes up about 15% of the state's Gross Domestic Product, being an economic sector that contributes directly to the regional development of the state, which is why the three institutions are directly related to the sector. For this, the public communication channels of the State Government of Rondônia were analyzed to verify the ways in which it is carried out. Exploratory and qualitative approach, this research elucidates, through content analysis of the State Government's public communication channels, their influence on public policies in the process of regional development. The discussions presented here allow reflections on the history of public communication in the State of Rondônia, the knowledge of the scenario that possibly hindered the non-implementation of communication, and, finally, the collaboration of communication for the regional development of the state. Despite meeting the theoretical characteristics established by writers, the web portals of the institutions analyzed here do not, or at least cannot, engage in a dialogue with citizens, nor do they offer relevant data for them. investors, entrepreneurs or researchers. From a suggestion of intervention it is necessary, initially: the improvement of the existing contents in the government's public communication channels; training of professionals working in government communication in the state of Rondon in relation to the characteristics of public communication advocated by the authors; production of specific content of the state's potential and opportunities, presenting the paths to be followed by investors; and conducting coordinated and proactive strategic planning that includes and listens to the population and, especially, meets the constitutional right to information, a basic aspect of citizenship and successful planning and regional development.

Keywords: Planning. Regional development. Public Communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Cartazes que incentivavam a ida para a Amazônia	64
Figura 02 – Brasão de Armas do Estado de Rondônia	79
Figura 03 – Página inicial do site do Governo do Estado de Rondônia.....	83
Figura 04 – Página oficial do Governo de Rondônia no Facebook	84
Figura 05 – Página inicial do Governo de Rondônia no Twitter	84
Figura 06 – Canal do Governo de Rondônia no Youtube.....	85
Figura 07 – Perfil do Governo de Rondônia no Instagram	85
Figura 08 – Portal da Transparência do Estado de Rondônia.....	86
Figura 09 – Página Inicial do site da SEAGRI	89
Figura 10 – Página Institucional da SEAGRI no Facebook	89
Figura 11 – Página Inicial do site da SEDAM.....	90
Figura 12 – Aba Deixe uma Mensagem	91
Figura 13 – Aba Fale com o Secretário da SEDAM	91
Figura 14 – Página Institucional da SEDAM no Facebook.....	92
Figura 15 – Site da EMATER - RO.....	93
Figura 16 – TV EMATER.....	94
Figura 17 – Página Institucional da EMATER no Facebook.....	94

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Conceitos de Comunicação Pública.....	21
Quadro 2 - Categorias de informação dentro da comunicação pública.....	59
Quadro 3 – Parâmetros de análise comuns entre Duarte (2011) e Zémor (1995)	60
Quadro 4 - Histórico da comunicação pública no executivo rondoniense	75
Quadro 5 - Notícias dos sites eletrônicos da EMATER, SEAGRI E SEDAM, de março de 2017 a março de 2018	79
Quadro 6 - Aspectos analisados dos conteúdos dos canais de comunicação pública.	105

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Fluxo da Pesquisa	56
Gráfico 2 – Natureza das notícias conforme Duarte (2011)	95
Gráfico 3 – Natureza das notícias da EMATER conforme Duarte (2011)	97
Gráfico 4 – Natureza das notícias da SEAGRI conforme Duarte (2011).....	98
Gráfico 5– Natureza das notícias da SEDAM conforme Duarte (2011).....	99
Gráfico 6 – Apresenta os serviços públicos e/ou do setor público à população	102
Gráfico 7 – Induz e qualifica a relação entre gestão e execução dos serviços públicos	103
Gráfico 8– Dissemina informações e opiniões ao público, garantindo a pluralidade no debate político	103
Gráfico 9 – Identifica demandas sociais.....	104
Gráfico 10 – Diálogo entre governo e cidadãos para melhoria das políticas públicas e da gestão administrativa	105
Gráfico 11 – Estímulo à cidadania consciente, ativa e solidária.....	106
Gráfico 12 – Promoção e valorização do interesse público.....	106
Gráfico 13 – Desenvolvimento de ações de interesse coletivo	107

LISTA DE SIGLAS

CF – Constituição Federal.

C4D - *Communication for Development* – Comunicação para o Desenvolvimento.

EMATER - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia.

RO - Rondônia

SEAGRI - Secretaria de Agricultura do Estado de Rondônia.

SEDAM - Secretaria de Estado de Desenvolvimento Ambiental.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Problema	13
1.2	Objetivos	14
1.2.1	Objetivo Geral	14
1.2.2	Objetivos Específicos	14
1.3	Relevância	14
1.4	Delimitação	15
1.5	Organização do trabalho	15
2	REVISÃO DE LITERATURA	17
2.1	Conceitos de Comunicação Pública	17
2.2	Retrospecto da comunicação pública no Brasil	27
2.3	Comunicação pública para o desenvolvimento	35
2.3.1	Governo eletrônico na Administração Pública	39
2.3.2	Lei de Acesso à Informação	45
2.3.3	Mídias sociais na comunicação pública	47
3	MÉTODO	52
3.1	Tipo de pesquisa	53
3.2	Características do método de estudo	54
3.3	Amostra da pesquisa	55
3.4	Procedimento de coleta de dados	57
3.5	Procedimento para a análise dos dados	59
4	RESULTADOS	62
4.1	Caracterização histórica da área de estudo	62
4.2	Comunicação Pública em Rondônia	68
4.3	Análise dos dados	80
4.3.1	Categoria 1: Análise dos Portais	83
4.3.2	Categoria 2: Quanto à natureza	95
4.4	Análise dos Conteúdos dos Canais de Comunicação Pública do Estado de Rondônia	100
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	111
	REFERÊNCIAS	114
	Anexo 1 – Decreto nº 01, de 31 de dezembro de 1981	121

1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação insere-se entre os estudos destinados à investigação e reflexão das práticas da comunicação pública desenvolvidas pelas instituições governamentais. Enfatiza a comunicação oficial do Governo do Estado de Rondônia, uma área cada vez mais importante na construção da agenda pública da sociedade e para o desenvolvimento regional.

Desde a promulgação da Constituição Federal de 1988 (CF88), que garantiu o direito ao acesso à informação pública, e, de modo enfático, nas duas últimas décadas, a comunicação pública vem acompanhando a expansão tecnológica entre governo e sociedade, no âmbito da Administração Pública.

A CF88, em seu capítulo V, determina que a comunicação do Estado deve estar fundada nos princípios da democratização do acesso à informação, do pluralismo, da multiplicidade das fontes de informação e da visão pedagógica da comunicação dos órgãos e entidades públicas. A comunicação, dessa forma, torna-se um dever e uma prerrogativa do Estado, já que a comunicação oficial é um direito de todos os cidadãos.

No Brasil, a partir dos anos 2000, a comunicação pública começou a ser considerada um instrumento que colabora para o desenvolvimento regional. Nessa década foram planejadas e executadas ações que visavam, basicamente, à promoção de informações sobre o governo de modo aberto e transparente.

São exemplos de marcos legais: a Lei de Acesso à Informação, nº 12.157, de 18 de novembro de 2011; Lei de Transparência Fiscal, nº 12.741, de 08 de dezembro de 2012; e Portal da Transparência. Dispositivos esses que oportunizam a participação dos cidadãos na elaboração, execução e fiscalização das ações da Administração Pública e ainda colaboram diretamente com ações que visam ao desenvolvimento regional.

Por esse motivo, nesta pesquisa investigam-se os conteúdos dos canais de comunicação oficiais do governo de Rondônia, especificamente os da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia (EMATER); da Secretaria de Agricultura do Estado de Rondônia (SEAGRI) e da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Ambiental (SEDAM).

A motivação para a escolha dessas instituições se deve ao fato de a agropecuária compor aproximadamente 15% do Produto Interno Bruto do Estado

(RONDÔNIA, 2016). É um setor econômico que colabora diretamente para o desenvolvimento econômico, motivo pelo qual as três instituições estão diretamente relacionadas a esse setor. Nesta pesquisa considera-se que o desenvolvimento regional envolve não apenas os avanços tecnológico, econômico e do agronegócio, mas também o crescimento integral das pessoas como participantes e beneficiárias desse processo, que tem como características:

- a) satisfação das necessidades humanas, materiais e não materiais;
- b) soberania da 'comunidade' na construção autoconfiável, integrada à ecologia;
- c) democracia participativa; e
- d) favorecimento da ocorrência de mudanças estruturais requeridas nas relações sociais, nas atividades econômicas e no exercício do poder (SERVAES, 2008).

Ainda nessa visão, o conceito de comunicação pública compreende as práticas comunicativas nas quais os cidadãos fazem cumprir a garantia constitucional de acesso e uso das tecnologias de comunicação para o estabelecimento de uma comunicação democrática e efetivamente social (BRANDÃO, 2007).

Nessa perspectiva de comunicação pública, a responsabilidade pelo estabelecimento de um fluxo informativo e comunicativo entre os segmentos da sociedade é responsabilidade do Estado e do Governo, pois o acesso à informação é um direito constitucional garantido pelos conteúdos dos canais de comunicação pública oficial desses atores, objeto de estudo desta dissertação.

1.1 Problema

Dado o fato de que no ambiente contemporâneo os fluxos de comunicação são complexos e fluidos, a comunicação pública exerce singular utilidade na promoção do desenvolvimento. Conforme se verá mais à frente, o contexto político-histórico no qual o estado de Rondônia foi criado caracteriza-se por ideais estabelecidos nacionalmente, a partir do período em que o país foi governado por militares (1964-1985) e o período em que o Estado foi criado, ainda na década de 1980.

Assim, torna-se necessário analisar o modo como a comunicação pública é realizada nos dias de hoje. O problema desta pesquisa pode, portanto, ser

formulado da seguinte maneira: “de que forma o conteúdo dos canais de comunicação do Governo do Estado de Rondônia atende às características da comunicação pública?”.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Verificar sob qual perspectiva comunicacional o Governo do Estado de Rondônia produz conteúdos de comunicação pública para o desenvolvimento regional.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Descrever as estruturas organizacionais que compõem a comunicação pública do Governo do Estado de Rondônia;
- b) Identificar os meios pelos quais a comunicação pública é desenvolvida no âmbito governamental do estado; e
- c) Analisar os conteúdos dos canais oficiais de comunicação do Governo do Estado de Rondônia.

1.3 Relevância

A relevância deste estudo consiste na abordagem da temática da comunicação pública aplicada à região amazônica, especificamente ao Estado de Rondônia, região em que a comunicação, longe de uma visão ingênua e/ou talvez preconceituosa, ainda se encontra em nível de expansão, a exemplo do sítio eletrônico Portal da Transparência do Estado de Rondônia.

Além disso, quando aplicada ao cenário da comunicação pública, esta pesquisa torna-se relevante por investigar os modos pelos quais a comunicação pública do Governo do Estado de Rondônia, especificamente a realizada pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), Secretaria de Agricultura do Estado de Rondônia (SEAGRI) e Secretaria de Estado de Desenvolvimento Ambiental (SEDAM) setores que influenciam os processos de

desenvolvimento regional do estado, considerando o fato de tais instituições estaduais serem órgãos estratégicos no desenvolvimento do estado.

1.4 Delimitação

Referindo-se à delimitação do tema, inicialmente verificou-se que há estudos que tratam a questão da comunicação pública voltada ao cumprimento do princípio legal da publicidade na Administração Pública. Posteriormente, verificou-se que os conteúdos dos canais de comunicação pública do Governo do Estado de Rondônia são campos adequados e possíveis de serem explorados para o desenvolvimento desta pesquisa, que trará aprimoramento à relação promissora e relevante entre comunicação e desenvolvimento regional.

No processo de desenvolvimento do Estado de Rondônia, a comunicação desenvolvida pelos governantes da época, durante as décadas de 1970, 1980 e 1990, pairou sob a perspectiva do então Território Federal ser um local de grandes oportunidades para trabalho e, utopicamente, de riqueza. As notícias propagadas sobre Rondônia, à época se seu firmamento como Território Federal Brasileiro foi, e ainda é, instrumento convidativo para o desenvolver-se.

Dessa forma, a partir da inserção dessa proposta de pesquisa dentro de um Programa de Pós-Graduação em Planejamento e Desenvolvimento Regional, foram então analisadas notícias geradas cronologicamente em um recorte temporal entre o período de 1º de março de 2017 a 1º de março de 2018 nos canais de comunicação pública dos órgãos estaduais EMATER, SEAGRI e SEDAM. A escolha desses órgãos foi motivada pela relação existente entre desenvolvimento regional e as respectivas áreas de cada instituição: extensão rural, agricultura e desenvolvimento ambiental.

1.5 Organização do trabalho

Estrutura-se a pesquisa em cinco seções. A primeira, introdução, compreende o problema, objetivos (objetivo geral e objetivos específicos), delimitação e relevância, bem como a organização do trabalho.

A segunda seção, revisão de literatura, aborda os princípios, categorias e instrumentos da comunicação pública, tomando como base autores como Zémor

(1995) e Duarte (2007). Traz um retrospecto da comunicação pública no Brasil, tratando-a como fator considerável para o planejamento que visa ao desenvolvimento regional, o governo eletrônico na Administração Pública, a lei de acesso à informação e as mídias sociais na comunicação pública.

Na terceira seção descreve-se o método utilizado nesta pesquisa, as características metodológicas do estudo, a amostra, o procedimento da coleta e da análise dos dados.

Estão contidos na quarta seção os resultados, bem como as discussões destes. A seguir, encerra-se esta pesquisa com as considerações finais.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Conceitos de Comunicação Pública

A presente pesquisa busca conhecer os reflexos das práticas de comunicação pública no processo de desenvolvimento regional do Estado de Rondônia. Segundo Furtado (2004, p. 485), “o desenvolvimento não é apenas um processo de acumulação e de aumento de produtividade macroeconômica, mas principalmente o caminho de acesso a formas sociais mais aptas a estimular a criatividade humana e responder às aspirações da coletividade”.

A expressão “comunicação pública” vem sendo empregada com diferentes significados, de acordo com o contexto e a região em que é empregada (BRANDÃO, 2007). Essas disparidades demonstram que o termo ainda carece de conceito claro. No Brasil, graças ao empenho da academia, e mesmo diante dos múltiplos significados dessa expressão, é possível identificar ponto em comum que é “aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade, com o objetivo de informar para a construção da cidadania” (BRANDÃO, 2007, p. 9).

De modo geral, não há consenso exato quanto à definição de comunicação pública, contudo, os debates mundiais a respeito desse conceito estão alicerçados nos escritos do pesquisador francês Pierre Zémor (Argélia - 1938), que a define como:

[...] encarregada de tornar a informação disponível ao público, de estabelecer a relação e o diálogo capazes de tornar um serviço desejável e preciso, de apresentar os serviços oferecidos pela administração, pelas coletividades territoriais e pelos estabelecimentos públicos, de tornar as próprias instituições conhecidas, enfim de conduzir campanhas de informação e ações de comunicação de interesse geral. A esses registros, soma-se aquele de natureza mais política, ou seja, da comunicação do debate público que acompanha os processos decisórios (ZÉMOR, 2009, p. 214).

A partir da definição de Zémor (2009), verifica-se que o conceito de comunicação pública é utilizado com amplitude, pois pode se referir a qualquer comunicação produzida e disseminada por todo cidadão, sob todas as formas discursivas que transmitam, criem e orientem o debate acerca das questões públicas.

Em linhas gerais, a comunicação pública visa à transmissão de informações pertinentes ao interesse público dos cidadãos, fato importante no estabelecimento de diálogos entre Estado e a Sociedade. No momento em que realiza sua função informativa, oportuniza que a participação cidadã seja recíproca e seja estabelecido o diálogo.

Nas considerações de Zémor (1995, p.37), espera-se que a prática da comunicação pública “contribua para alimentar o conhecimento cívico, facilitar a ação pública e garantir o debate público”. Nessas poucas palavras é possível a compreensão dos assuntos de interesse e relevância pública que interligam governo e sociedade.

Já nas palavras de Monteiro (2007, p. 40), esses objetivos são fundamentais, pois “importa que elas [as mensagens] sejam portadoras do interesse coletivo; que elas coloquem o interesse público à frente do interesse particular e importa que elas sejam fruto do debate público e propiciem o debate político”.

Em consonância a essa ideia, Matos (2007, p. 54) entende que o “interesse geral e a utilidade pública das informações que circulam na esfera pública são pressupostos da comunicação pública”.

Para confirmar as posições teóricas aqui tomadas em relação à temática da comunicação pública, recorre-se a um dos maiores pesquisadores da área no Brasil, Jorge Duarte, que define comunicação pública como:

[...] 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, a 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 (DUARTE, 2007, p. 64).

Nessa perspectiva, é possível a consideração de três pontos principais na formação da comunicação pública: objetivos dos emissários, interesse público, interesse do público e direcionamento ideológico (DUARTE, 2007). Esses aspectos não têm dependência entre si, havendo, ainda, outros aspectos como as questões de financiamento, controle social, qualidade do conteúdo e autonomia da gestão, entre outros.

Em outra definição, a comunicação pública pode ser conceituada também como um instrumento de satisfação dos interesses da população, como a definição estabelecida por Brandão (2007, p.30) quando diz que:

a comunicação pública feita pelos cidadãos, quando organizada pelo governo, pelo terceiro setor ou pelas empresas privadas, acontece na medida em que a voz do cidadão começa a ficar forte ao ponto de pressionar essas instituições a se preocuparem com as questões da cidadania.

Nesse sentido, o conceito de comunicação pública está diretamente relacionado à necessidade de legitimação de um processo de comunicação sob a responsabilidade do Estado e/ou Governo, constituída por um processo instaurado na esfera pública entre agentes de um tripé composto por Governo-Estado-Sociedade, funcionando como um espaço privilegiado de negociações entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública no País (BRANDÃO e GUIMARÃES, 2000).

No Brasil, as raízes do conceito de comunicação pública estão historicamente ligadas ao Estado e às disputas entre os projetos políticos da metade do século XX, conforme os escritos de Brandão (2007), principalmente aos diferentes modos de percepção e rompimento com o subdesenvolvimento nos anos de 1950 e 1960 e a ‘concepção idealística de comunicação social’ da igreja católica latino-americana da Teologia da Libertação.

Ainda no século XX, a partir dos anos de 1970 e 1980, foram levantadas reivindicações da sociedade sobre o direito à informação em meio aos processos de redemocratização brasileira, época em que os modelos de comunicação associados ao regime militar foram criticados conceitual e politicamente (BRANDÃO, 2009). Ainda no âmbito brasileiro, a comunicação governamental é comumente associada à comunicação pública, dada a disseminação das ações governamentais e utilização da propaganda como meio de divulgação das políticas públicas à população.

Esse fato colabora para que as questões de interesse público sejam contempladas, por exemplo, no momento em que os cidadãos são informados de notícias referentes ao governo. Nesse cenário, Brandão (2007, p. 10) teoriza que a comunicação de origem governamental “sofreu alterações e buscou a adoção do sentido da comunicação pública, ou seja, aquela com o objetivo de informar o cidadão”.

É comum, também, a associação entre comunicação pública e comunicação política. A primeira é garantida legalmente, funcionando como instrumento de

acompanhamento das mudanças de comportamento da sociedade, potencializada, na atualidade, pelas facilidades da era digital (CARNIELLO, *et al.*, 2016).

É configurada como um 'refinamento' da comunicação governamental, acarretando uma relação participativa que envolve Estado, Governo e Sociedade e que é mantida por um fluxo intenso de intercâmbio de informações. A comunicação pública exerce função singular no campo da democracia, meio pelo qual divulga e assegura o conhecimento das ações da Administração Pública (MATOS, 2009, p. 37).

Já a segunda é definida como instrumento de influência e convencimento do público em relação aos aspectos específicos de suas decisões direcionadas aos temas políticos, por intermédio de estratégias de *marketing* e com objetivos alcançáveis em curto prazo (MATOS, 1998).

Quando Matos (1998), supracitado descreve os casos em que a comunicação pública é entregue à sociedade como comunicação política, definida por esse autor como um instrumento de influência e convencimento do público sobre os aspectos de suas decisões direcionadas aos temas políticos, com estratégias de marketing e com objetivos alcançáveis em curto prazo.

Historicamente, a partir do primeiro governo de Fernando Henrique Cardoso (1994-1998), a ideia de ligação entre a comunicação governamental e a comunicação pública foi ainda mais forte.

A partir do primeiro governo Lula (2002-2006) é que a comunicação pública ganhou *status* e começou a ser considerada um instrumento de informação para a sociedade ligada à comunicação governamental, como uma vertente dessa comunicação, conforme afirma Duarte (2009), quando diz que

A comunicação pública hoje discutida pode ser considerada como uma evolução do conceito de comunicação governamental, talvez, em muitos casos, com significado similar a uma comunicação do setor público, embora seja restringir seu potencial. (...) São os profissionais que têm maior responsabilidade e compromisso em permitir ao cidadão exercer plenamente seus direitos e cumprir suas obrigações (DUARTE, 2009, p. 56).

Verifica-se, então, que a comunicação governamental está diretamente ligada ao interesse público, podendo ser considerada uma subdivisão da comunicação

pública, haja vista que também está ligada aos setores que formam essa comunicação: governo, estado e sociedade.

Por isso, a divulgação midiática e o viés jornalístico da comunicação pública ocorre por que a população deve ser informada dos fatos que são do seu interesse, e, também, pelo fato de que o meio mais adequado para tal divulgação é a mídia. Os veículos públicos e privados de comunicação são os responsáveis por informarem à sociedade sobre os assuntos que são do interesse de todos (DUARTE, 2007). Com tantas definições oriundas de tantos autores, Brandão (2012) afirma que esse conceito é utilizado com múltiplos significados, dependendo de fatores como país, autor e contexto em que é utilizado.

O Quadro 1, a seguir, reúne os conceitos vistos, elencando os elementos comuns observados durante as pesquisas, tais como objetivo, atores, ações e meios empregados na comunicação pública.

Quadro 1 - Conceitos de Comunicação Pública

AUTOR ANO	CONCEITO	OBJETIVOS	ATORES	AÇÕES E MEIOS
Pierre Zémor (1995)	Comunicação formal que diz respeito à troca e à partilha de informações de utilidade pública, assim como à manutenção do liame social cuja responsabilidade é incumbência das instituições públicas.	Contribuir para alimentar o conhecimento cívico, facilitar a ação pública e garantir o debate público.	Instituições públicas e cidadãos.	Comunicação interna, disponibilidade de dados públicos: promoção de serviços ofertados; comunicação institucional; comunicação política; comunicação cívica e de interesse geral.
Helioza Matos (2006)	Processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade, um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país.	Ser um local de interação de todos os agentes e interesses envolvidos.	Estado, governo, Terceiro setor e sociedade.	Recursos humanos (cidadãos, políticos, eleitores), físicos (suporte na comunicação de massa), econômicos (capital), comunicacionais (discursos, debates, dentro e fora das mídias de massa).
Elizabeth Brandão (2012)	Processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o governo e a sociedade.	Ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instancias de poder constitutivas da vida pública do país.	Estado, governo, Terceiro setor e sociedade.	Instrumentos de marketing, comunicação organizacional, pesquisa e tecnologias de comunicação de massa, grupo e interpessoal; televisão, rádio, web, impressos; mídias alternativas, comunitárias e de protesto.

Jorge Duarte (2011)	A comunicação pública se refere à interação e ao fluxo de informação vinculados a temas de interesse coletivo.	Assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo.	Governo, Estado e sociedade civil – inclusive os partidos, empresas, terceiro setor e cidadãos individualizados.	Instrumentos de informação: relatórios, folders, internet, folhetos e instrumentos de diálogo: ouvidorias, reuniões e agentes sociais etc.
---------------------	--	---	--	--

Fonte: Zemmor (1995), Duarte (2011), Brandão (2012) e Matos (2007), adaptado pela autora (2019).

A partir do Quadro 1 verifica-se que os autores citados compartilham a característica de que comunicação pública implica um processo de comunicação que envolve Estado, Sociedade Civil e organizações privadas (Segundo Setor), com características como a negociação, troca e partilha, termos associados a cada descrição.

Nesse sentido, para o exercício adequado da comunicação é preciso transcender à mera publicização das informações de interesse da população. Nesse debate, Monteiro (2007) elenca oito princípios para a comunicação pública, inseridos na nova perspectiva de comunicação pública no governo e anunciados em 2005 pelo Ministro-Chefe da Secretaria de Comunicação do Governo (SECOM) Luiz Gushiken, durante o III Seminário Latino-Americano de Pesquisas em Comunicação. Os princípios são:

1. O direito do cidadão à informação, como base para o exercício da cidadania;
2. O dever do Estado de informar;
3. O zelo pelo conteúdo informativo, educativo e orientação social;
4. A não centralidade na promoção pessoal dos agentes públicos;
5. A promoção do diálogo, interatividade;
6. O estímulo pelo envolvimento do cidadão nas políticas públicas;
7. A obrigatoriedade da qualidade comunicativa na prestação dos serviços públicos;
8. A base na ética, na transparência e na verdade (MONTEIRO, 2007, p. 35).

De qualquer modo, a comunicação pública transcende à transmissão de informações. É necessário respeito ao público, garantindo ética, responsabilidade, compromisso e seriedade. É inaceitável a simples disseminação de informações aos cidadãos. Os conteúdos devem ser apresentados de modo claro e compreensível, garantindo que as informações não sejam apenas registradas, além da fundamental e inquestionável promoção do diálogo, por meio da audiência aos cidadãos.

Ainda nessas discussões, é fundamental, também, que as manifestações populares sejam ouvidas a fim de que se estabeleçam conexões entre o cidadão, o veículo e a informação. Assim, a comunicação pública servirá à sociedade como um

mecanismo de manifestação e diálogo, considerando o fato de ser instrumento de promoção das relações que promovem o desenvolvimento nacional e regional.

Dentro das discussões sobre desenvolvimento nacional e regional, Rondônia figura entre um dos estados que mais se desenvolveram nos últimos anos. Com uma extensão territorial de 237.590,864 km² e uma economia eminentemente primária, o estado tem uma dinâmica “fundamentalmente determinada pelo uso agrícola”, nas palavras de Soares (2008, p.26), uma função significativa para o desenvolvimento de todo país, especialmente da Região Norte, ocupando posições de destaque nos *rankings* nacionais de produção e exportação de produtos.

Em Rondônia, o êxito da atividade agrícola impacta positivamente na economia dos 52 municípios e dezenas de distritos. No período da safra, o comércio nos municípios tem movimento acima da média. Muitos empreendimentos empresariais surgiram nas cidades em razão da atividade agrícola no campo. Isso demonstra claramente que o processo de desenvolvimento econômico regional do estado está interligado entre o campo e a cidade, em consonância com o que afirma Soares (2008).

Ainda de acordo com o Soares (2008), essa relação é tão forte que muitas vezes o empresário é também agricultor, com atuação na produção de gado de corte e leite, por exemplo. Embora relevante e estratégico na geração de emprego e renda, esse processo de desenvolvimento iniciou de forma espontânea e aparentemente sem a presença de setores do Governo do Estado de Rondônia.

A presença da comunicação pública nesse cenário pode contribuir de forma significativa para o planejamento e desenvolvimento regional do estado de Rondônia e fortalecer os vínculos sociais e econômicos existentes entre o campo e a cidade, colaborando com a disseminação de novas tecnologias e boas práticas econômicas, sociais e ambientais.

Adotam-se como referência, para tratar de comunicação pública, conceitos como cidadania, democratização, participação, diálogo, interesse público. Mais poder para a sociedade, menos para os governos; mais comunicação, menos divulgação; mais diálogo e participação, menos dirigismo, são algumas das premissas. A ideia-chave talvez seja a de espírito público, o compromisso de colocar o interesse da sociedade antes da conveniência da empresa, da entidade, do governante, do ator político. O objetivo central é fazer com que a sociedade ajude a melhorar a própria sociedade (DUARTE, 2007, p. 3).

A comunicação pública contribui, assim, para criação de um ambiente que favorece de forma positiva a atuação da atividade econômica do campo e da cidade

como complementares uma da outra, e não apenas pautadas pelo espírito da disputa pelo lucro. O propósito da comunicação pública, de acordo com o pensamento de Duarte (2011), é de ser o condutor da teia de construção do ambiente social e do desenvolvimento econômico.

Ao enumerar algumas das atribuições da comunicação pública, Duarte (2011) deixa evidenciada a relevância da comunicação pública na construção do processo de desenvolvimento regional.

a) identificar demandas sociais; b) definir conceitos e eixos para uma ação pública coerente e integrada; c) promover e valorizar o interesse público; d) qualificar a formulação e implementação de políticas públicas; e) orientar os administradores em direção a uma gestão mais eficiente; f) garantir a participação coletiva na definição, implementação, monitoramento, controle e viabilização, avaliação e revisão das políticas e ações públicas; g) atender as necessidades do cidadão e dos diferentes atores sociais por obter e disseminar informações e opiniões, garantindo a pluralidade no debate público; h) estimular uma cidadania consciente, ativa e solidária; i) melhorar a compreensão sobre o funcionamento do setor público; j) induzir e qualificar a interação com a gestão e a execução dos serviços públicos; e k) avaliar a execução das ações de interesse coletivo (DUARTE, 2011, p. 128.)

Com base nessas características da comunicação pública a partir do estabelecido por Duarte (2011, p.128), é possível analisar o detalhamento das atribuições que esse autor confere à comunicação pública, torna-se possível a investigação do modo como essa área é desenvolvida no âmbito do Governo do Estado de Rondônia com vistas ao desenvolvimento do Estado.

Atualmente, o cenário midiático é caracterizado por um fenômeno descrito por Henri Jenkins em obra intitulada Cultura da Convergência (JENKINS, 2009). É a denominada convergência das mídias como o acontecimento em que todos os meios de comunicação, mesmo aqueles de ponto a ponto, tais como correio, telefone, telégrafo e as comunicações de massa, como imprensa, rádio e televisão; ou mesmo aqueles realizados por fios, cabos, ondas ou radiodifusão, imprensa ou telefonia “podem ser oferecidos de várias formas físicas diferentes” (JENKINS, 2009, p. 37), tornando as fronteiras entre os meios de comunicação imprecisas.

Além disso, esse movimento de convergência das mídias promove uma quebra à lógica de produção de conteúdo por parte das empresas de comunicação, fazendo com que a criação desse material seja possível a indivíduos comuns, e que tais conteúdos sejam incorporados ao fluxo contínuo de informações convergentes a partir de uma autoria individual. Com uma câmera de celular, por exemplo, e graças

ao advento e ampliação do acesso à Internet por todo o mundo, o fato exerce forte influência nos cidadãos e na formação da opinião pública.

No âmbito brasileiro, os grandes conglomerados de mídia privada influenciam e controlam os fluxos informacionais da sociedade brasileira em atendimento aos anseios de grupos políticos e religiosos desde os primórdios da comunicação de massa e sobretudo a partir da democratização dos meios de comunicação. Tal dinâmica foi instalada ainda com a criação das emissoras de rádio, consolidada com as emissoras de TV e permanece até os dias atuais (SANTOS, 2000).

Essas empresas têm, em geral, seus dirigentes vinculados a partidos ou movimentos políticos e decidem o que será veiculado em suas empresas de comunicação e o que será considerado notícia. Esse cenário de concentração do poder de mídia tem forte impacto na democratização da informação, considerando que os veículos com baixo poder de investimento não têm as mesmas estruturas físicas e mercadológicas dos grandes conglomerados de mídia, e, logo, não concorrem igualmente pela audiência dos telespectadores.

Apesar da concentração de poder na mídia, a revolução social e comunicacional promovida pela Internet modificou os processos de comunicação em todo o mundo. Com essa mudança, as posições de recepção e emissão de informações se fundiram, mesmo com o contínuo poderio das empresas de comunicação.

Assim como no Brasil e em outros países, a Internet também possibilitou a disponibilização de informações das instituições públicas para a população, que encontrou nas redes sociais, por exemplo, um contraponto às informações disseminadas pelos meios de comunicação de massa e permitiu ao cidadão o exercício de sua cidadania, como defendem Santos e Carniello (2013).

Um exemplo dos avanços dos estudos e pesquisas pode ser verificado nos ensinamentos de Duarte (2007), que traz de forma sucinta as categorias nas quais podem ser agrupadas as informações na comunicação pública. De acordo com o autor, as informações dentro do âmbito da comunicação pública, com finalidade didática, podem ser classificadas ou agrupadas dentro de sete categorias descritas a seguir.

Na categoria A o autor reúne as informações que fazem referência à função, compromisso e execução das organizações públicas, podendo ser resumidas como: o que esperar, onde buscar e reclamar.

a) institucionais: referentes ao papel, responsabilidades e funcionamento das organizações – o aparato relativo à estrutura, políticas, serviços, responsabilidades e funções dos agentes públicos, poderes, esferas governamentais, entes federativos, entidades, além dos direitos e deveres do cidadão (DUARTE, 2007, p. 47).

Na categoria **B**, Duarte reúne as informações referentes aos processos de decisão e execução de ações que envolvem os servidores que atuam em temáticas de interesse público.

b) de gestão: relativos ao processo decisório e de ação dos agentes que atuam em temas de interesse público. Incluem discursos, metas, intenções, motivações, prioridades e objetivos dos agentes para esclarecer, orientar e municiar o debate público. O cidadão e os diferentes atores precisam saber o que está acontecendo em temas relacionados a acordos, ações políticas, prioridades, debates, execução de ações (DUARTE, 2007, p. 48).

Na categoria **C** estão alocadas as informações relacionadas aos serviços e orientações cotidianas que podem ser dadas à população de modo geral:

c) de utilidade pública: sobre temas relacionados ao dia-a-dia das pessoas, geralmente serviços e orientações. Imposto de renda, campanhas de vacinação, sinalização, causas sociais, informações sobre serviços à disposição e seu uso são exemplos típicos (DUARTE, 2007, p. 49).

Na categoria **D** estão as informações referentes às decisões políticas e de uso dos recursos públicos. Nessa categoria estão promovidos o conhecimento, a avaliação e a fiscalização dos governantes: d) de prestação de contas: dizem respeito à explicação e esclarecimento sobre decisões políticas e uso de recursos públicos. Viabiliza o conhecimento, avaliação e fiscalização da ação de um governo (DUARTE, 2007, p. 49).

Na categoria **E** estão reunidas as informações a respeito do cidadão, empresa pública ou instituição pública, tais como as de rendimentos e dados bancários: e) de interesse privado: as que dizem respeito exclusivamente ao cidadão, empresa ou instituição. Um exemplo: dados de imposto de renda, cadastros bancários” (DUARTE, 2007, p. 55).

Na categoria **F** estão os dados mercadológicos, como aqueles que tratam dos produtos e dos serviços que participam de concorrências no mercado: f)

mercadológicos: referem-se a produtos e serviços que participam de concorrência no mercado” (DUARTE, 2007, p. 57).

Por fim, na categoria G estão reunidas as informações que tratam do controle do Estado e que discorrem a respeito da sociedade e de seu funcionamento: g) dados públicos: informações de controle do Estado e que dizem respeito ao conjunto da sociedade e a seu funcionamento. Exemplos: normas legais, estatísticas, decisões judiciais, documentos históricos, legislação e normas” (DUARTE pp. 47-58, 2007).

As discussões aqui apresentadas são frutos do processo de refinamento da pesquisa, já que à medida que esses autores são estudados novas considerações surgirão e maior profundidade teórica e metodológica esta pesquisa ganhará.

Nos últimos anos, acompanhando a evolução tecnológica pela qual a Administração Pública passa, a comunicação pública no Brasil tornou-se um mecanismo de comunicação entre o governo e a sociedade, dando repercussão às mudanças políticas, sociais e econômicas do país (MATOS, 2006).

Um exemplo disso é a constante atividade das instituições públicas em redes sociais, informando, com uma linguagem leve e descontraída, os fatos, as mudanças e campanhas institucionais desses órgãos. Há outros casos de comunicação para o desenvolvimento, como a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, intitulada Lei de Acesso à Informação (BRASIL, 2011), a Lei nº 12.741, de 08 de dezembro de 2012, batizada de Lei da Transparência Fiscal (BRASIL, 2012), que ratificam o papel da comunicação pública, dão as condições fundamentais para o exercício da democracia e, conseqüentemente, do desenvolvimento da sociedade.

Além disso, oportunizam a participação de diversos atores da sociedade, na elaboração, execução e fiscalização das ações da Administração Pública, realizando a participação singular da sociedade.

2.2 Retrospecto da comunicação pública no Brasil

As pesquisas na área da comunicação pública necessitam de discussões aprofundadas no que se refere à contextualização sócio-político-histórica desse objeto. Essa contextualização colabora para o entendimento do modo como o atual cenário político comunicacional brasileiro foi fundado, considerando que as atuais características dessa área são conseqüências dos episódios que formam a história.

Assim como em outros países, no Brasil, a história da comunicação de massa foi marcada por tensões políticas, históricas e sociais. O campo da comunicação durante os governos brasileiros pode ser caracterizado como variável e instável, em razão de os períodos históricos correspondentes também o serem.

Nesse sentido, um retrospecto da comunicação pública nas instituições públicas brasileiras é necessário para a compreensão da comunicação nessas instituições, constituindo um dos objetivos propostos nesta pesquisa.

Em 30 de abril de 1923 foi realizada a primeira operação de rádio no Brasil, pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, atual Rádio MEC, criada por Roquette Pinto, como descreve a Associação Brasileira de Rádio e TV (ABERT, 2018). A rádio configurou-se como o primeiro instrumento de comunicação de massa que exerceu função agregadora à comunicação brasileira (BARBOSA E RABAÇA, 2002, p. 616).

Além do caráter inovador, as dimensões continentais do país fizeram com que o rádio se transformasse no primeiro mecanismo para a integração e formação da unidade nacional, dada a rápida expansão e o grande alcance desse meio.

Durante as décadas de 1930 a 1950, o rádio representava 'A voz do Brasil', em uma clara referência ao programa mais antigo do rádio brasileiro, que divulgava os principais acontecimentos da vida nacional, então chamado de Programa Nacional. Pelo rádio eram transmitidas as prestigiadas radionovelas e os discursos dos líderes políticos da época, desempenhando a função de formadora da opinião pública e difusora dos discursos políticos.

O início da Guerra Fria (1945-1991), marcou um período histórico no qual Estados Unidos e União Soviética travariam disputas estratégicas e conflitos indiretos pela hegemonia política, econômica e militar no mundo. No Brasil, a influência dessa disputa se deu sobre a formação do pensamento e do exercício comunicacional, pois coexistiam no mesmo tempo e no mesmo espaço. A exemplo da extensão rural, que surgiu marcada por ambos os pensamentos, nasceu influenciada pelo movimento desenvolvimentista e adotou, ao mesmo tempo, uma forte reação a essa posição com base no pensamento esquerdista (BRANDÃO, 2007, p. 24).

A partir dessas posições antagônicas foram construídas teses desenvolvimentistas e teses críticas aos ideais capitalistas. O educador Paulo Freire (1921-1997), por exemplo, foi um dos pensadores que, à época, reagiram aos ideais desenvolvimentistas, elucidando princípios para a comunicação rural que, inclusive,

duram até os dias de hoje e que vão de encontro aos ideais pasteurizados do pensamento desenvolvimentista.

De modo geral, no Brasil existiram mais reações contrárias ao ideal americano de comunicação e à disseminação dos ideais estadunidenses do que contrários a uma ideologia humanista.

Segundo Brandão (2007), o estabelecimento do conceito de comunicação pública, no Brasil, aconteceu com a conscientização histórica que considera a formação desse conceito como influenciada pelo paradigma da construção da cidadania.

Considerado o idealismo do qual adveio esse conceito, ainda hoje existem resistências que funcionam como obstáculos para a constante (re)construção desse conceito, haja vista que por meio da comunicação pública desenvolvida no País, o status de poder é conferido, ou não, aos cidadãos.

Ainda de acordo com Brandão (2007), a comunicação pública, do modo como foi consolidada no país, pode ser descrita como um instrumento de atualização do ideal histórico da comunicação e da produção acadêmica na América Latina nos anos 60 até o meados dos anos 80.

Em 1931, o governo do presidente Getúlio Vargas criou o Departamento Oficial de Propaganda (DOP), órgão público incumbido da propaganda estatal. Em 1934, o DOP foi reestruturado e transformado em Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), órgão responsável pela sistematização dos discursos legitimadores do governo pela propaganda e que seguia as diretrizes do departamento antecessor. Em 1935, durante o governo de Getúlio Vargas, surge no rádio o Programa Nacional. Em 1938, passou a ter transmissão obrigatória com horário fixo das 19 às 20h, e seu nome mudou para A Hora do Brasil, sendo, atualmente, o programa de rádio mais antigo do país.

Em 1939 foi realizada uma outra reestruturação do órgão responsável pela comunicação estatal, transformando o DPDC em Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), órgão de maior abrangência na sociedade.

Foram realizadas modificações no nome do órgão e nas funções por ele desenvolvidas. Assim, por exemplo, a centralização das informações no departamento e o controle e a função do censor de manifestações culturais-ideológicas do Brasil representando, à época, o órgão estatal que regia os processos de comunicação pública do país.

Nas concepções de Fausto (2003), esse departamento executou suas funções complexas em áreas como:

[...] cinema, rádio, teatro, imprensa, 'literatura social e política', proibiu a entrada no país de 'publicações nocivas aos interesses brasileiros'; agiu junto à imprensa estrangeira no sentido de se evitar que fossem divulgadas 'informações nocivas ao crédito e à cultura do país'; dirigiu a transmissão diária do programa radiofônico 'Hora do Brasil', que iria atravessar os anos como instrumento de propaganda e divulgação das obras do governo" (FAUSTO, 2003, p. 375).

Na década de 1950, o país conheceu o mais novo meio de comunicação de massa com a inauguração da TV no Brasil, a TV Tupi, do empresário Assis Chateaubriand, que a utiliza na sociedade brasileira como uma vitrine para a aparição dos políticos (GARCIA, 1985, p. 14).

A partir desse ano a televisão tornou-se, assim como a rádio, um meio de comunicação imprescindível para o desenvolvimento do país. A partir do golpe militar de 1964 a televisão ganhou o status de elo nacional, fazendo com que o regime militar investisse consideravelmente no setor das telecomunicações para modernizar o país com investimentos na TV e na telefonia (GARCIA, 1985, p. 18).

No período militar (1964-1985), em um movimento de preocupação com a imagem pública e com a comunicação pública, o governo do então presidente General Emílio Garrastazu Médici criou a Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP) pelo Decreto nº 6.119, de 15 de janeiro de 1968. Em relação a esse órgão governamental:

Inicialmente improvisada e pouco sistemática, a propaganda logo passaria a ser orientada por órgãos especialmente criados para coordenar as campanhas. A Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência (AERP) encarregou-se da propaganda nos governos de Costa e Silva e Médici. Geisel teve a Assessoria de Imprensa e Relações Públicas (AIRP), depois desmembrada em duas. Figueiredo criou a Secretaria da Comunicação Social (SECOM), posteriormente substituída pela Secretaria de Imprensa e Divulgação (SID) (GARCIA, 1985, p. 14).

Durante o mandato desse presidente foram vividos os denominados anos de chumbo da ditadura, momentos em que foram realizadas ações de repressão aos movimentos de oposição ao regime militar e desenvolvidas estratégias comunicativas de promoção do regime, como as campanhas publicitárias Pra Frente

Brasil; Brasil Grande e Brasil ame-o ou deixe-o, em que a tese de amor pelo país estava atrelada, obrigatoriamente, à aceitação do regime militar.

Na década de 1970, no Brasil, a concepção de desenvolvimento considerava a comunicação de massa como instrumento fundamental para o alcance dos objetivos nacionais. O alcance do desenvolvimento somente seria possível com a diminuição das desigualdades sociais entre os países desenvolvidos e àqueles em desenvolvimento.

Embasada nesse pensamento de diminuição das diferenças, a comunicação de massa foi pensada e executada como mecanismo para que fossem exibidos a outras sociedades os costumes, as regras e os padrões das sociedades desenvolvidas, que deveriam ser fonte de inspiração para aquelas em desenvolvimento (BRANDÃO, 2007, p. 20).

Em 23 de maio de 1979, o então presidente João Figueiredo sancionou a Lei nº 6650, que instituiu a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM/PR), a partir da incorporação da Empresa Brasileira de Notícias (RadioBrás) à estrutura dessa Secretaria.

Após o fim do regime militar, os governos seguintes pensaram e executaram os processos de comunicação como processos exclusivamente de cunho político, por meio do marketing e da publicidade que visava ao convencimento da população. A partir dessa concepção observa-se que a comunicação pública, nessa época, não foi desenvolvida como um processo, restringindo-se apenas à mera comunicação política.

Apesar disso, tal cenário foi modificado no mandato do presidente José Sarney (1985-1990), que durante seu governo dedicou o espaço da televisão, por exemplo, à exibição de peças publicitárias para o envolvimento da sociedade civil a partir da manifestação dos setores da sociedade organizada. Esse momento surgiu como a primeira oportunidade de a comunicação pública se colocar como instrumento pelo qual o cidadão participaria da sociedade.

Já no governo do presidente Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), foi estabelecido um Plano de Comunicação Institucional (PCI) elaborado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Considerados os fatos elencados, Matos (1999) teoriza que a comunicação pública não era pensada enquanto um processo. Para tal afirmação, a autora enfatiza que:

Com a redemocratização brasileira, os governos civis pareceram pensar a tarefa comunicacional principalmente como uma tarefa exclusiva da comunicação política, como produto da publicidade ou das estratégias de marketing, visando (*sic*) o convencimento, o impacto junto à opinião pública e a busca de resultados imediatos. Se analisarmos a comunicação do Executivo nesses últimos 20 anos, a comunicação não foi entendida como processo, muito menos como política. Consequentemente, o discurso é reciclado de acordo com as circunstâncias, de acordo com as questões candentes do momento: não se definiu a comunicação como processo de reconstrução da cidadania (MATOS, 1999, p.3).

As análises das atuações dos presidentes civis, desde Sarney a Fernando Henrique Cardoso apontam, segundo Matos (2007, p.106), que os anseios com relação à comunicação pública resumiam-se à divulgação das ações do governo e do governante. Ainda de acordo com a autora, no regime civil tal como no regime militar foi feita “pouca ou nenhuma comunicação pública. Nem mesmo houve a preocupação de estabelecer diretrizes nacionais na área. Produzir hoje uma comunicação pública seria reescrever essa história” (MATOS, 2007, p. 106).

Os departamentos de comunicação dos poderes brasileiros apresentam historicamente vínculo com os meios de comunicação de massa. Nesse cenário é possível verificar que o Poder Executivo é aquele que mais confere visibilidade às suas ações e o que tem a melhor estrutura para a comunicação que historicamente se desenvolveu, priorizando a publicidade e secundarizando o caráter educativo (MATOS, 1999, p. 36).

Ainda de acordo com a autora, independentemente das ideologias ou mesmo do partido, tal modo de comunicar durou por todos os cenários políticos, acarretando consequências notáveis até os dias de hoje (BRANDÃO, 2007, p.11). É nesse cenário que a maior parte das instituições públicas vai estabelecer as atribuições dos seus departamentos de comunicação.

A atuação dos comunicadores no Poder Legislativo e no Poder Judiciário é mais recente se comparada à atuação do Poder Executivo e sinaliza para o aperfeiçoamento de novos modos de comunicação, aproximando-se dos conceitos de comunicação pública da época.

A partir de 2003, em ambos os mandatos do governo do presidente Luis Inácio Lula da Silva, a ideia de comunicação como um instrumento para o exercício da cidadania ficou mais presente no âmbito do Poder Executivo, considerando o fato de que “a preocupação com a preparação dos técnicos do executivo para fazerem a

comunicação pública levou à realização de vários cursos [...] e à proposição de criação da função de Gestor da Comunicação Pública” (BRANDÃO, 2007, p.11).

Apesar disso, é possível afirmar que tais planos foram pensados e executados em atendimento aos ideais partidários, mas, por outro lado, foi a primeira manifestação de comunicação pública após o regime militar, que transcendeu a comunicação pública como sinônimo de comunicação política (BRANDÃO, 2007).

Em 2005, o então ministro-chefe da Secretaria de Comunicação do Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República (SECOM), Luiz Gushiken, durante palestra no 3º Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisas em Comunicação, elencou os seguintes princípios da comunicação pública:

- 1) todo cidadão tem direito à informação, base para o gozo da cidadania;
 - 2) o ato de informar ao cidadão é dever do Estado;
 - 3) deve haver zelo pelo conteúdo, preferencialmente de natureza informativa, educativa e de orientação social;
 - 4) a comunicação pública não é meio para a promoção dos agentes públicos;
 - 5) deve haver diálogo e interatividade;
 - 6) deve haver promoção ao envolvimento entre cidadão e políticas públicas;
 - 7) os serviços públicos devem ser prestados com qualidade comunicativa;
- e
- 8) ética, transparência e verdade são aspectos basilares da comunicação pública.

Esses princípios são convergentes às considerações teóricas desenvolvidas pelos estudiosos da área. No entendimento de Brandão (2007), somente no governo Lula a comunicação pública de destacou como informação rumo à cidadania, época em que adquiriu status digno frente ao governo.

Nesse entendimento, o conceito de comunicação pública é compreendido como “processo de comunicação instaurado numa esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade: um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país” (MATOS, 1999, p. 33).

A pressão popular pela interação, por meio do diálogo, com a sociedade, é um marco louvável no país, apesar de isoladamente não ser capaz de atender às

necessidades que antes se resumiam à publicidade das ações governamentais e agora se impõem com a contemporaneidade, nas palavras de Di Felice (2008).

Neste momento, os cidadãos têm o desejo, a necessidade e a capacidade de interagir entre si e com seus governantes, para que suas considerações sejam levadas em conta e que possam ser atendidas satisfatoriamente, estabelecendo mais que um mero processo de troca de informações.

As práticas desenvolvidas até então, sob o nome de comunicação pública, não são as mesmas descritas e teorizadas pelos pesquisadores e profissionais da área. Por isso, é preciso deixar bem definida a diferença entre comunicação governamental e comunicação política, haja vista que a primeira refere-se ao Estado, enquanto que a segunda refere-se à comunicação sob o governo mandatário (MATOS, 1999).

É possível, ainda, que a comunicação governamental seja sinônimo de comunicação pública, considerando que a primeira:

[...] é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma, provoca o debate público (BRANDÃO, 2007, p.5).

Apesar de características tão explícitas, as estratégias comunicacionais da atualidade ainda realizam uma comunicação linear, resumindo informações e prestação de contas expostas na mídia convencional, tais como a televisão, os jornais (impressos e web), a rádio e demais canais de comunicação do governo.

Nesta pesquisa pressupõe-se que a comunicação pública seja aquela que se utiliza dos instrumentos adequados para a realização de “participações mais ativas e conscientes dos cidadãos” (BRANDÃO, 2007, p. 5).

Historicamente, os canais de comunicação, como o DISK 0800, as ouvidorias e as audiências públicas, foram campos que pouco obtiveram êxito ou ganharam notoriedade e estrutura nas instituições públicas. Atualmente, a chegada e expansão das novas tecnologias, como a Internet, promoveu diversos meios de diálogo entre os administradores públicos e os administrados, de acordo com os pensamentos de Canclini (2006).

É inquestionável o fato de as empresas midiáticas da atualidade exercerem singular e maciça influência na opinião pública. Esse é o mote pelo qual as grandes empresas privadas de comunicação, em parceria com grupos políticos, religiosos e

empresariais, detêm as concessões públicas de comunicação e, conseqüentemente, ajustam, cada uma a seu modo, os processos de comunicação.

Um estudo do grupo Donos da Mídia (2016) mostra que atualmente há 41 grupos de comunicação com abrangência nacional. Apenas dez desses grupos controlam, sozinhos, 327 veículos de comunicação e todos têm como objetivo a mídia televisiva, reunindo ampla concorrência e altos índices de audiência.

Esse cenário foi desenhado a partir da “batalha do governo Goulart com os empresários da radiodifusão, o que foi crucial para a preservação da exploração privada dos meios de comunicação no Brasil segundo as expectativas dos empresários, mas também dotou o Estado dos instrumentos necessários à condução estratégica do setor” (SANTOS; CARNIELLO, 2014, p.69).

Atualmente, a comunicação brasileira está estruturada em um modelo pluralista polarizado ou mediterrâneo, conforme a leitura de Hallin e Mancini (2004, p.32), que apontam essa estrutura a partir da existência de “jornais de baixa circulação, orientação midiática para a elite política e centralidade na mídia”. Esses autores veem o Brasil como palco de estreita ligação entre os conglomerados de mídia e as elites políticas.

Como será visto nas próximas seções, a estrutura midiática brasileira prioriza o crescimento econômico, considerando o fato de ser fundada com base em um modelo comercial e na concentração de propriedade de veículos. Por isso, a comunicação para o desenvolvimento acontecerá de modo marginal, pois está em desacordo com a lógica mercadológica adotada pelos veículos de comunicação.

Dos primórdios da rádio até os dias atuais, essas linhas gerais podem descrever o cenário da comunicação pública do País, considerando que esta pesquisa tem como um de seus objetivos a apresentação do contexto histórico brasileiro da comunicação pública no Brasil.

2.3 Comunicação Pública para o Desenvolvimento

A comunicação pública é a ferramenta da Administração Pública que promove a cidadania, uma vez que possibilita o acesso à informação, incentiva o diálogo sobre a vivência em sociedade, cria espaços de comunicação, e confere voz a todos os cidadãos que se tornam cada vez mais ativos na sociedade e nos processos de desenvolvimento.

Inicialmente, é importante destacar que adota-se, nesta pesquisa, o conceito de desenvolvimento estabelecido por Sen (2000, p.53), quando institui que o desenvolvimento está diretamente ligado à “melhoria da vida que levamos e das liberdades que desfrutamos”.

Entre essas liberdades está “a expansão da liberdade humana, que é tanto o principal fim, como o principal meio do desenvolvimento” considerando, nesse entendimento, que o desenvolvimento possibilita a potencialização das pessoas, o que, por sua vez, interfere na sua qualidade de vida (SEN, 2000, p.71).

Inicialmente, a comunicação para o desenvolvimento teve como base as teorias de modernização e práticas de comunicação que objetivavam a transferência de ideias e de práticas oriundas de países desenvolvidos para países em desenvolvimento, com uma comunicação de massa caracterizada pelo caráter difusionista, unidirecional e verticalizada.

Historicamente, os modelos de comunicação para o desenvolvimento foram consolidados partindo de estratégias adotadas por organismos internacionais, tais como a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO).

A comunicação para o desenvolvimento é conceituada como um processo social que fomenta o diálogo entre comunidades e tem quatro focos principais:

- 1º mudança de comportamento;
- 2º mudança social;
- 3º influência sobre políticas públicas; e
- 4º fortalecimento das capacidades de comunicação.

A última característica, a que fortalece o empoderamento e o diálogo, é aquela que torna a comunicação pública singular, diferenciando-a das diversas outras espécies de comunicação, segundo o Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNDU).

Nesse campo de interação entre o cidadão e a administração, as informações que circulavam eram, tradicionalmente, referentes às questões que interessam ao público e de natureza diversa, tais como do direito do consumidor, direito de saúde, meio ambiente e cidadania, conferindo o conhecimento das ações da Administração Pública nos campos da comunicação.

Assim, historicamente os governos foram os principais motivadores e mantenedores dos fluxos de informação necessários à comunicação pública, por darem transparência à sua gestão (DUARTE, 2007).

Mudanças aconteceram a partir dos anos 1970, dada a influência das teorias da Comunicação Social que transcenderam o conceito do povo como mero receptor passivo das mensagens oriundas da Administração Pública, considerando o fato de que essas instituições não conseguiram, sozinhas, alterar a mentalidade ou o comportamento das pessoas.

Assim, adentra-se a perspectiva de um “outro desenvolvimento”, que influencia as práticas de comunicação, valorizando a participação comunitária, os veículos alternativos e os métodos de comunicação horizontais e multidirecionais (PNUD, 2011, p. 2).

A partir dessa mudança de perspectiva, a comunicação para o desenvolvimento, conhecida também pela sigla C4D, do inglês *Communication for Development*, ficou conceituada como um processo ou uma ferramenta de promoção da participação e da mudança social, utilizada na gestão de projetos direcionados ao desenvolvimento.

O desenvolvimento se torna muito mais do que apenas o desenvolvimento econômico dos países que têm a comunicação pública como aliada para desmistificar esse mal entendido. A comunicação, nesse sentido, funciona para a sociedade como um instrumento de construção e elucidação das verdades.

Nesse cenário, a C4D combina comunicação interpessoal, meios comunitários e modernas tecnologias de informação. Não é classificada apenas como uma disciplina no campo das Ciências da Comunicação, mas sim uma área de articulação entre comunicação e gestão de projetos, considerando as ocorrências sociais e políticas de projetos e programas que visam ao desenvolvimento (CONSUDE, 2014).

Pelo fato de serem reconhecidos como direitos humanos fundamentais, junto a tantos outros direitos, o acesso e a produção de informação tornam-se aspectos imprescindíveis para o desenvolvimento de qualquer país. Dessa forma, é necessário pensar em desenvolvimento regional considerando todos os aspectos sociais, demonstrando que essa e outras questões devem ser incorporadas ao tema.

Nesse cenário, a comunicação estará inserida no *hall* de oportunidades que os cidadãos têm para desenvolverem suas potencialidades e, por consequência, melhorarem a qualidade de vida tanto no individual quanto no coletivo.

Por isso, a comunicação para a mudança social representa uma alternativa, considerando o fato de que a comunicação foca no processo e não no produto, vinculando-se mais à comunicação participativa e alternativa:

Não se trata de pensar a comunicação apenas como os meios ou instrumentos eficazes como canais difusores de mensagens, mas imbricada em atividades com vistas ao desenvolvimento integral e participativo. Trata-se de pensar a comunicação como parte de um processo organizativo/mobilizador de caráter comunitário, que se volte para a produção de conhecimento e de sistemas de informação segundo as necessidades e interesses dos grupos envolvidos nas lutas para ampliação da cidadania (PERUZZO, 2015, p. 193).

Apesar disso, Servaes (2008) posiciona-se no sentido de que não há meios para distinguir esses conceitos no momento da implantação. Isso por que os programas são incapazes de produzir mudanças sem que antes haja um diálogo comunicativo contínuo, cultural e socialmente importante entre os propositores de programas e seus respectivos beneficiários.

Uma proposta de comunicação para o desenvolvimento, que pense os meios de comunicação como um fim, vai ao encontro de princípios dessa comunicação. A mudança social tão desejada, de acordo com Servaes, embora por vezes não esteja explícita, é inerente à comunicação para o desenvolvimento.

O diálogo, o empoderamento dos atores participantes, os processos comunicacionais, e o compartilhamento de informações e conhecimentos são princípios das ações de comunicação, considerando o pressuposto de que a participação pública é um dos pilares da comunicação para o desenvolvimento (MEFALOPULOS, 2005).

Para essa participação, é necessário o estabelecimento de um plano de comunicação externo e interno, que a posicione como um instrumento estratégico “que permite a informação e a expressão do cidadão, ao mesmo tempo pelos meios humanos e técnicos” (MÉGARD, 2002, p.27).

Por isso, nesta seção, são discutidos aspectos importantes para este estudo, tais como o governo eletrônico na administração, as normativas que regem o assunto no país, sobretudo a Lei de Acesso à Informação e as mídias sociais no âmbito da comunicação pública, para a contextualização das questões aqui discutidas.

2.3.1 Governo Eletrônico na Administração Pública

Na década de 1980, diversas iniciativas de reforma e modernização do setor público foram intensificadas como consequência das crises nos modelos de gestão burocrática e no modo de intervenção do Estado.

Essas movimentações, conhecidas como Reforma da Gestão Pública (BRESSER PEREIRA, 2002) ou *New Public Management*, visavam basicamente à orientação para a excelência dos serviços ao cidadão, baseando-se em princípios de gestão que objetivam o resultado, a eficiência, a governança e a orientação da gestão pública para práticas do mercado.

Essa nova gestão pública envolve um conjunto de novos conceitos direcionados à Administração Pública e inter-relacionados ao uso das tecnologias como aspecto fundamental para os resultados planejados (BEHN, 1998).

Atualmente, os governos focalizam a elaboração de políticas públicas que atendam às necessidades individuais, institucionais e regionais da sociedade, fomentando o desenvolvimento social e econômico (BARBOSA FILHO, 2000).

Ao mesmo tempo em que esse foco ocorre, os governos encontram obstáculos para o desenvolvimento de políticas públicas direcionadas às tecnologias que promovam melhorias na qualidade da prestação dos serviços públicos e que atendam às demandas da sociedade contemporânea (BARBOSA, 2005).

Esses obstáculos são consequências dos diferentes níveis do uso de tecnologias entre o setor público e o setor privado, considerando que o segundo conta com altos índices de uso de tecnologias e de automação dos processos, fato que acentua as diferenças tecnológicas entre os setores e faz com que movimentos como os citados ocorram para que melhorias sejam realizadas.

As Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) são instrumentos que viabilizam os movimentos de nova gestão pública, que culminaram a criação do governo eletrônico. De acordo com Agune e Carlos (2005), o termo governo eletrônico advém de *electronic government* e pode ser compreendido como o conjunto de ações de modernização da Administração Pública, que ganhou notoriedade a partir da década de 1980.

De acordo com Abranson e Means (2001), o governo eletrônico apoia-se na perspectiva de que o uso das tecnologias para a prestação dos serviços públicos modifica os meios pelos quais a Administração Pública interage com os cidadãos, as

empresas e outros governos, e não se limita à mera automação dos processos e/ou criação de serviços públicos pela Internet.

O governo eletrônico, por intermédio das TICs, modifica os modos de o governo alcançar os objetivos traçados, como a melhoria dos processos da Administração Pública, o aumento da eficiência, a melhoria na governança, a elaboração e execução de políticas públicas, a integração entre os governos e a democracia eletrônica (PRADO, 2004).

Nas palavras de Roover (2009, p. 95), o governo eletrônico é um mecanismo de gestão da Administração Pública caracterizado como “única forma de comunicação compartilhada por diferentes órgãos públicos a partir da qual a tecnologia da informação e da comunicação é usada de forma intensiva para melhorias da gestão pública e do atendimento ao cidadão”.

Como um instrumento construído pelos cidadãos, são necessárias transparência e participação da sociedade para o desenvolvimento. De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2003), o governo eletrônico, popularmente conhecido como *e-government*, possibilita a transformação das estruturas e o funcionamento do governo.

Para Roover (2009), é possível dividir o governo eletrônico em três categorias que expõem níveis de interação dos agentes institucionais nos serviços do governo. São elas:

- **G2G:** *government-government* ou, em português, governo para governo, referente às transações entre os governos ou órgãos governamentais;
- **G2B:** *government-business/business-government*, ou governo para instituições externas, compreendido como ações que envolvem instituições externas ao governo, para, por exemplo, compras, licitações e outras realizações; e
- **G2C:** *government-citizen/citizen-government*, ou governo-cidadão/cidadão-governo. Refere-se às ações que objetivam a promoção ou recebimento de informações e serviços para os cidadãos ou a eles direcionadas (ROOVER, 2009).

De modo ainda mais desenhado, Oliveira (2009) estabelece cinco ações de implantação de programas de governo eletrônico na Administração Pública, que estão diretamente ligadas à classificação da comunicação digital a favor da

democracia digital: publicização, responsividade e porosidade. Esses termos foram cunhados por Silvado e Silva (2016). As ações citadas são as que seguem.

- **Foco nos cidadãos e nas organizações:** recorrentes em objetivos, essas ações devem focar o cidadão e as organizações. São planejadas para o atendimento da sociedade de modo geral.
- **Infraestrutura padronizada:** compreendida como o compartilhamento da infraestrutura tecnológica por todos os órgãos públicos.
- **Novo modelo de organização:** uso de estratégias para o facilitamento dos processos para os cidadãos, reduzindo gastos com recursos.
- **Governança:** deve envolver todos os órgãos, pois a implantação deve ser realizada “com a participação das instâncias superiores do governo que refletem as necessidades oriundas da legislação, padronização e cumprimento das determinações, conferindo a legitimidade necessária para alavancar os projetos” (OLIVEIRA, 2009, p. 91).
- **Inclusão Social:** a oferta dos recursos e informações aos cidadãos, por meio das TICs, é uma responsabilidade do governo, que deve promover o acesso a todos e a inclusão de grupos ou comunidades.

É perceptível o fato de que a informação de qualidade deve estar presente em todos os níveis de desenvolvimento do governo eletrônico. É possível realizá-las via Internet ou por meio dos portais, sites e mídias sociais dos órgãos do governo.

Em 2014, de acordo com relatório da Organização das Nações Unidas (2014), todos os 193 países que a compõem têm *website* nacional. Apesar disso, grande parte desses sítios eletrônicos tem um *e-government* insuficiente. Até mesmo os países com altos índices de desenvolvimento tecnológico e de recursos humanos encontram obstáculos para os serviços digitais interligados, a exemplo da proteção de dados e do compartilhamento seguro entre as instituições do governo.

No que se refere à facilidade como os usuários navegam por sites ou plataformas digitais da Internet, esse mesmo relatório da ONU (2014) cita que a maioria dos países divulga aos seus usuários as ferramentas básicas para pesquisa de conteúdo e aproximadamente metade deles dispõe de recursos de busca avançada de dados.

Além disso, a ONU mostra que “apenas 40% desses sites possuem recursos de opinião dos usuários, por exemplo, com nuvens de tags e listas de temas mais

vistos, havendo uma subutilização dos serviços de mensagens curtas de texto (SMS), por meio de celulares” (ONU, 2014, p. 6).

De acordo com esse estudo, os serviços *on-line* estão concentrados na criação de contas pessoais, no arquivamento do imposto de renda e na criação de registro de empresas. Há uma diversidade de serviços e por causa da sua complexidade e evolução cria-se uma discrepância entre as nações com mais desenvolvimento de *e-government* e as com menos desenvolvimento nesse campo (ONU, 2014).

Ainda de acordo com esse estudo, os países com maior índice de inovação em *e-government* são Coreia do Sul e Austrália. Com relação à participação da população nos sites do governo, Uruguai e Chile se destacam como os mais bem colocados nos governos eletrônicos. O Brasil é reconhecido internacionalmente como um governo eletrônico de nível *upper middle*, acima da média, mas precisa de investimentos para a inovação e expansão do *e-government*.

Desde o ano de 1999, o governo brasileiro participa de programas de desenvolvimento do *e-government* em apoio à Sociedade da Informação no Brasil (SOCINFO). Essa parceria visa à condução, ao desenvolvimento e à união de ações para o uso das tecnologias da informação e comunicação, de modo “a contribuir para a inclusão social de todos os brasileiros na nova sociedade e contribuir para que a economia do país tenha condições de competir no mercado global” (TAKAHASHI, 2000, p. 10).

O primeiro documento dessa parceria, intitulado Livro Verde, traz consigo as ações a serem alcançadas e descritas em sete frentes de trabalho. São elas:

1ª) mercado, trabalho e oportunidades: o incentivo às empresas de diversos tamanhos para implantação de *e-commerce*;

2ª) universalização de serviços para a cidadania: elaboração de soluções para a sociedade no âmbito das novas tecnologias da informação;

3ª) educação na sociedade da informação: apoio aos projetos de educação continuada a distância, que visam à capacitação de professores, ao desenvolvimento de *softwares* e à autoaprendizagem;

4ª) conteúdos e identidade cultural: fomento à criação de conteúdos para Internet, promovendo a digitalização de ações culturais, bem como sua publicização;

5ª) governo ao alcance de todos: a informatização da Administração Pública, capacitação em gestão da tecnologia de informação e comunicação na

Administração Pública e “fomento às aplicações em serviços de governo, especialmente os que envolvem ampla disseminação de informações”.

6ª) tecnologias-chave e aplicação: identificação de tecnologias capazes de desenvolver a indústria e a economia, aliando o projeto de planejamento e desenvolvimento para a aplicação de tecnologias em universidades e no setor produtivo; e

7ª) infraestrutura avançada e novos serviços: modos de incentivo à integração de todos os setores públicos, fomento às tecnologias para as universidades e sistemas que realizam a privacidade de dados.

No ano 2000, o Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MP) criou o Comitê Executivo de Governo Eletrônico (CEGE), órgão responsável por “formular políticas, estabelecer diretrizes, coordenar e articular as ações de implantação do Governo Eletrônico, direcionando-o para a prestação de serviços e informações ao cidadão” (BRASIL, 2003, p.31).

Com esse órgão, outras diretrizes de governo eletrônico foram estabelecidas no Brasil e essas diretrizes “incorporaram a promoção da participação e do controle social e a indissociabilidade entre a prestação de serviços e sua afirmação como direito dos indivíduos e da sociedade” (BRASIL, 2003, p.56).

Alguns princípios estabelecidos foram, ainda: a indissociabilidade entre a inclusão digital e o governo eletrônico; o uso de *softwares* livres, que possibilitam as modificações na estrutura sem solicitação; gestão do conhecimento como um mecanismo fundamental de articulação e gestão das políticas públicas; uso racional dos recursos; execução de políticas, normas e padrões comuns; e ligação a outros níveis de governo e com outros poderes.

No que se refere ao uso de *softwares* livres, tal ação é motivada pela questão econômica e também pelo fato de que há “possibilidades que abrem no campo da produção e circulação de conhecimento, no acesso a novas tecnologias e no estímulo ao desenvolvimento de softwares em ambientes colaborativos e ao desenvolvimento de software nacional” (BRASIL, 2004, p. 15).

A gestão de conhecimento, entendida aqui como sistematização articulada e intencional, colabora para que os gestores públicos criem, captem, organizem e compartilhem informações e conhecimentos “que podem servir para a tomada de decisões, para a gestão de políticas públicas e para a inclusão do cidadão como produtor de conhecimento coletivo” (BRASIL, 2004, p. 17).

A exclusão digital configura-se como a principal barreira a ser superada para que o governo eletrônico seja realizado efetivamente como resultado da democracia digital. Durante os anos de 2000 a 2010 foram implantados diversos programas de inclusão digital, como as metodologias que avaliam os portais, as pesquisas e os cursos de capacitação para servidores públicos, para melhoria no governo eletrônico do País.

Em 2011, oito países quando se tornaram consignatários da Declaração de Governo Aberto lançaram o projeto Parceria para Governo Aberto (OGP), *Open Government Partnership*, e apresentaram planos de ação para essa matéria: África do Sul, Brasil, Estados Unidos, Filipinas, Indonésia, México, Noruega e Reino Unido.

Tal projeto tem como objetivo principal a mudança da cultura de governo, transformando-a por meio da transparência e participação, com tecnologia suficiente para o alcance desse objetivo. Atualmente, sessenta países formam o OGP (www.opengovpartnership.org) e utilizam esse portal para lançarem planos e atualizarem a população a respeito das ações do governo.

Em 2014, um relatório publicado por esse projeto mencionou o portal Transparência Brasil, que ajudou a implantação da Lei de Acesso à Informação, nº 12.527/2011 para execução de ações nos âmbitos federal, estadual e municipal, realizando eventos como seminários, workshops, cursos, campanhas de conscientização do direito regulamentado e previsão do desenvolvimento dos portais da transparência e o e-SIC (OGP).

Em meio a todas essas ações, o maior desafio é o da inclusão digital com a acessibilidade e incentivo à participação, que são aspectos a serem diretamente objetivados em meio ao desenvolvimento de um governo aberto pela Internet.

Em relatório, a ONU (2014, p.6) propõe estratégias que consideram a proposição de “quadros jurídicos e institucionais apropriados, capacidade de desenvolvimento para a alfabetização de mídias digitais para os cidadãos e uma perfeita integração de recursos online e off-line para a participação da população”.

O uso dos canais comuns à população, tais como Facebook e Twitter, colaboram diretamente para a integração de ferramentas, publicização de novas ferramentas e aproximação da sociedade em seu cenário virtual cotidiano e cultural.

2.3.2 Lei de Acesso à Informação

Historicamente, o acesso à informação é um direito em discussão em muitos países. De acordo com Martins (2009), tornou-se um ponto de discussão a partir da Segunda Guerra Mundial. Ainda de acordo com esse autor, o Brasil tem inúmeros portais de governo em que são exibidas informações das contas públicas, dos processos legislativos, das comissões de combate à corrupção e desenvolvimento de programas informativos destinados à população em geral.

Apesar da grande quantidade, a qualidade desses canais é, em grande parte, baixa, tornando-se necessário o aperfeiçoamento desses instrumentos para que assegurem o direito fundamental à informação.

Prevista na Constituição Federal de 1988, inciso XXXIII, do artigo 5º, e regulamentada pela Lei de Acesso à Informação, de 18 de novembro de 2011, a liberdade de informação é de interesse público a todos os cidadãos.

Sancionada em 18 de novembro de 2011 pela então presidente Dilma Rousseff, a Lei nº 12.527 regula o acesso às informações previstas no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005 e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências.

Nesse sentido, essa lei incumbe ao Estado o dever de provimento de informações de modo rápido, transparente e decodificado, dispondo sobre os procedimentos a serem observados pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, em atendimento aos deveres constitucionais. Esse dispositivo legal também deu aos órgãos públicos a responsabilidade de gestão das informações e garantia de acesso e proteção da integridade dos dados disponibilizados.

Toda informação deve estar disponível a todos os cidadãos, principalmente às pessoas com deficiência, garantindo a acessibilidade aos conteúdos, em atendimento ao art. 17 da Lei 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que obriga o poder público a eliminar possíveis obstáculos na comunicação pública, com mecanismos e alternativas que garantam a todos o acesso à comunicação, à informação, ao trabalho, ao transporte, à cultura e ao lazer.

O meio de comunicação adequado para a disponibilização dessas informações elencadas na Lei de Acesso à Informação é o meio eletrônico (*Internet*), desde que os sites contemplem requisitos como a busca de conteúdo disposta de maneira clara, transparente e de fácil entendimento, oportunizando a gravação e exportação de relatório em diferentes formatos eletrônicos; promovendo a garantia da autenticidade, integridade e atualização das informações, assim como a disponibilidade dos canais de comunicação com o órgão público.

Apesar da facilidade com que, pelo menos na teoria, é possível a obtenção de informações, há casos em que o sigilo é a regra, como aqueles que tratam de informações sigilosas e pessoais, assim como as relacionadas aos projetos de pesquisas científicas em desenvolvimento, desde que tal sigilo seja fundamental, conforme Manual da Escola Nacional de Administração Pública (ENAP, 2017, p. 14).

De acordo com Geraldês e Sousa (2013), a relação entre a Lei de Acesso à Informação e a comunicação pública está fundada em dois pilares. O primeiro é a necessidade de transparência, pois sem transparência inexistente comunicação. Já o segundo pilar refere-se à construção da informação a partir de dados ofertados pela sociedade, em que a lei facilita a participação.

Para que tais pilares sejam efetivamente reais, é necessário que a comunicação seja desenvolvida por ações estabelecidas nas organizações públicas, considerando que essas ações colaboram para que aumentem os índices de acesso aos conteúdos dos canais de comunicação.

No que se refere à definição de comunicação pública, cita-se Duarte (2012):

O processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o governo e a sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública no país (DUARTE, 2012, p. 31).

Com o advento da Lei de Acesso à Informação como um instrumento para a comunicação pública, a sociedade ganhou mais um mecanismo para acessar, conhecer e avaliar os órgãos e os agentes públicos e políticos. Essa liberdade de acesso se refere aos modos pelos quais os direitos e as oportunidades colaboram para o desenvolvimento da coletividade, e, conseqüentemente, para o planejamento e desenvolvimento regional da sociedade (SEN, 2000).

A transparência das ações dos poderes públicos “tem um claro papel instrumental como inibidora da corrupção, da irresponsabilidade financeira e de transações ilícitas” (SEN, 2000, p. 56).

Nas palavras de Frey (2012), o acesso à informação, a documentos administrativos ou políticos e a deliberação de órgãos públicos se tornam mais fáceis com a Lei de Acesso à Informação, fazendo com que surjam novas possibilidades para a expansão das práticas discursivas em razão da emergência de novos e complementares caminhos de comunicação e interação entre os cidadãos, como também entre os cidadãos e as autoridades públicas, expandido o diálogo entre todos.

Assim, foram criadas as “condições favoráveis para o aumento da responsividade da Administração Pública frente às demandas dos cidadãos e para a redução da distância entre governantes e governados” (CUNHA, FREY, DUARTE, 2009, p. 40).

Segundo os autores, as novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) colaboram para o aumento e fortalecimento da comunicação pública, pois o *boom* dos celulares, smartphones e tablets possibilitam que todo cidadão solicite cópias de documentos ou informações de órgãos públicos, tendo acesso, também, à gestão pública e aos conteúdos de comunicação oficiais do governo.

Apesar dessa facilidade, são necessárias ações que reduzam a exclusão digital; aperfeiçoem a transparência no processo de comunicação governamental; e garantam maior participação da população nos processos de formulação de políticas públicas. São ações fundamentais para a adequação dos cidadãos às novas perspectivas sociais da informação para a melhoria da democracia e para a garantia do direito do acesso à informação (CUNHA, FREY e DUARTE, 2009).

2.3.3 Mídias Sociais na Comunicação Pública

Historicamente, a humanidade foi submetida a três grandes revoluções no campo da comunicação, diretamente ligadas ao surgimento da escrita, do século V a. C.; da impressão, no século XV; e da cultura de massa, entre os séculos XIX e XX (DI FELICE, 2008).

Ainda de acordo com o autor, nessas revoluções comunicacionais não surgiram somente novos modos de comunicação, mas também novos modos de interação com a sociedade, já que “a cada uma dessas revoluções, a introdução de novos meios determinou a possibilidade de alcance de um público cada vez maior em um período de tempo e a um custo cada vez menor” (FELICE, 2008, p.49).

Atualmente, a sociedade vive o que o autor define como a quarta revolução, instaurada a partir das mídias digitais. Ainda de acordo com ele, a chegada e a expansão dos domínios dessas redes “alterou a forma de comunicar, fornecendo a cada sujeito o mesmo poder de comunicação” (DI FELICE, 2008, p. 24).

Nesse caso, a mudança realizada por essa quarta revolução consistiu na alteração do modo como as pessoas se comunicam entre si, alterando a dinâmica entre emissor e receptor. Quanto a essa nova configuração, o autor diz que:

Pela primeira vez na história da humanidade, a comunicação se torna um processo de fluxo em que as velhas distinções entre emissor, meio e receptor se confundem e se trocam até estabelecer outras formas e outras dinâmicas de interação, impossíveis de serem representadas segundo os modelos dos paradigmas comunicativos tradicionais (SHANNON-WEAVER, KATZ-LAZARFELD, ECO-FABBRI etc.) (DI FELICE, 2008, p. 23).

Nesse mesmo sentido, André Lemos e Pierre Lévy (2010) entendem que o surgimento das mídias sociais, ou como eles denominam “sistemas pós-massivos”, modificou os tradicionais modos de concepção de emissor e receptor. De acordo com esses autores, “o surgimento da cibercultura implica novos sentidos da tecnologia com a emergência do paradigma informacional. Este instaura a passagem do modo industrial (material e energético) para o informacional (eletrônico-digital)” (LEMOS, 2010, p. 22).

Para os autores, a quebra de paradigma também ocorre por que nessa quarta revolução os conteúdos são criados pelos usuários das mídias sociais e esse fato altera direta e profundamente os modos de comunicação entre os agentes e a forma como eles interagem.

Di Felice (2008), Lemos (2010) e Lévy (2002) indicam mudanças no modo de pensar e de realizar os processos de comunicação, bem como alterações nas características da comunicação influenciadas pelas mídias sociais que fizeram com que todos se tornem, simultaneamente, emissores e receptores de conteúdos e de informação, transformando as formas de interação social. Apesar da grande e

profunda mudança, Lemos (2010) não crê no desaparecimento das mídias tradicionais, pois acredita que:

diferentemente do que dizem os mais afoitos, o sistema de comunicação de massa não vai acabar, e o que estamos vendo e produzindo é a sua transformação. A estrutura massiva é importante para formar o público, para dar um sentido de comunidade de pertencimento local, de esfera pública enraizada. O sistema pós-massivo permite a personalização, o debate não-mediado, a conversação livre, a desterritorialização planetária (LEMOS, 2010, p. 26).

Assim, é possível verificar que a mudança mais significativa realizada pelas mídias sociais está na possibilidade de ao mesmo tempo consumir, produzir e transmitir os saberes (LEMOS, 2010). Para o autor, a maior diferença entre essa mídia e as tradicionais consiste não somente nos modos como ela é consumida, mas também no modo como é produzida e distribuída.

A emissão de conteúdo hoje, com o advento da quarta revolução, transcende às empresas de comunicação e torna-se uma capacidade de qualquer cidadão: “isso retira das mídias de massa o monopólio na formação da opinião pública e da circulação de informação. Surgem novas mediações e novos agentes, criando tensões políticas que atingem o centro da polis em sua dimensão nacional e global” (LEMOS, 2010, p. 25).

A chegada das mídias sociais culmina com mudanças no modo de pensar e de ação da comunicação, com a promoção de mudanças também nos modos de interagir com a sociedade. Discute-se agora a contribuição dessa mídia para as práticas da comunicação pública, já que as mídias sociais desempenham papel singular para o exercício da comunicação pública.

Nas palavras de Duarte (2007):

[...] é certo que as estruturas de participação ainda são difusas e pouco organizadas, e que seu processo de construção é tímido e fragmentário, mas também é fato que a comunicação e as novas tecnologias da informação têm influenciado decisivamente o processo de transformação da sociedade brasileira, em especial o estabelecimento de uma nova cultura política, que propugne pela participação política baseada na conscientização e não simplesmente no dever cívico do voto (DUARTE, 2007, p. 102).

A fim de que as mídias sociais colaborem para o processo de comunicação, é necessário considerar a existência de sujeitos ativos nesse processo, que são capazes de analisar criticamente as informações recebidas e de assumir a posição

de emissor da comunicação. O sujeito, enquanto parte de um processo social e de trocas de ideia, será um participante do processo de comunicação pública. Nesse mesmo raciocínio:

A mediação dos diferentes suportes técnicos passou a ser estruturante na forma como se realizam e são interpretadas as diferentes práticas de comunicação social. A concepção da comunicação social contemporânea e o debate sobre seu lugar social passaram a se vincular à análise do lugar social dos diferentes media. E adentra-se um caminho onde se corre o risco de analisar e compreender o processo social da comunicação reduzindo-o à significação dos diferentes meios tecnológicos que hoje o medeiam, embora não se possa, num eixo oposto, ignorá-los nem a significação da técnica que lhes serve de suporte (SOUSA, 2006, p. 15).

As redes sociais promovem a participação em meio a uma relação de dialogismo que não é frente a frente, mas sim uma comunicação também mediada. Apesar disso, considerando o fato de ser mediada, não pode ser caracterizada como uma comunicação que desconsidera as potencialidades críticas dos sujeitos receptores, de acordo com Sousa (2006, p. 18).

Ademais, as mídias sociais oportunizam a comunicação que aproxima o sujeito ao receptor, em uma relação em que esses papéis não estão tão claramente estabelecidos como antes, podendo ser alternados e/ou alterados (DI FELICE, 2008).

Elas representam uma possibilidade de comunicação no atual cenário sócio-histórico, considerando que privilegiam a articulação de espaços de organização e efetivação das discussões públicas sem o uso obrigatório das posições de emissor e receptor e independentemente das grandes empresas privadas de comunicação do país.

Apesar dessa independência, esses conglomerados da mídia, em um movimento de resposta às mídias digitais, buscam ocupar espaços até então inéditos na tentativa de se fazerem presentes em meio a consumidores digitais. Há tensões entre o aspecto político, com a atuação ativa dos usuários em meio as redes sociais, e a tentativa de as empresas privadas de comunicação resumirem as mídias sociais em simples espaços de trocas comerciais.

O debate dos modos como os espaços digitais serão consolidados representam a percepção de que “todo estágio da sociedade possui um estágio próprio de comunicação” (SCHRAMM, 1970, p. 74), possibilitando, atualmente, que

a comunicação digital conceda ao cidadão, seja de modo formal ou informal, os recursos para o exercício da cidadania.

As mídias sociais estimulam as práticas de comunicação pública, colaborando para a participação efetiva, interativa e ativa nos processos de comunicação, considerando o fato de que no tripé da comunicação pública, por meio da internet, a participação do cidadão se tornou mais efetiva, o que “torna possível que os cidadãos solicitem informações, expressem opiniões e peçam respostas pessoais a seus representantes” (CASTELLS, 2003, p. 97) constituindo as mídias sociais um mecanismo para a promoção da democracia.

3 MÉTODO

Esta seção apresenta o método e as técnicas utilizadas na realização desta pesquisa. No que se refere à definição de método, para Rudio (1992, p. 15) “não é outra coisa do que a elaboração, consciente e organizada dos diversos procedimentos que nos orientam para a realização do ato reflexivo”. A pesquisa científica, enquanto investigação de fenômenos, é motivada pelo “desejo de encontrar respostas para uma questão” (SANTAELLA, 2006, p. 112). As etapas da pesquisa são importantes, uma vez que a ciência visa mais do que a:

[...] mera descrição dos fenômenos [...]” mas sim o “[...] estabelecimento, através de leis e teorias, os princípios gerais capazes de explicar os fatos, estabelecendo as relações e predizendo a ocorrência de relações e acontecimentos ainda não observados (SANTAELLA, 2006, p. 109).

Nesse sentido, as pesquisas no campo da comunicação envolvem, pelo menos, quatro dimensões, “física, cultural, sócio-psicológica e temporal” (SANTAELLA, 2006, p.7). A dimensão física compreende o ambiente concreto onde a comunicação se realiza, influenciando o conteúdo que comunica. A dimensão cultural refere-se às convenções normativas existentes entre comunicadores, tais como crenças e atitudes a serem passadas às gerações descendentes.

Já a dimensão sociopsicológica é constituída pelos papéis sociais executados pelas pessoas; a formalidade ou a informalidade; e a seriedade ou humor pelas quais a comunicação é realizada. A dimensão temporal, por sua vez, refere-se ao lapso temporal compreendido entre os momentos em que a comunicação acontece até o momento em que ela se coloca na dinâmica dos eventos comunicativos (SANTAELLA, 2006).

Dada a complexa rede de interligações a serem realizadas nas pesquisas referente à comunicação, os pesquisadores, em sua maioria, não a tratam como uma ciência da comunicação, tampouco comunicologia, por não tratar-se de uma disciplina, mas sim do entremeio de múltiplas problemáticas que correspondem às disciplinas que são tradicionalmente diferenciadas.

Dessa forma, “as ciências da comunicação constituem hoje em dia um nó transdisciplinar no campo das ciências brandas, comparável ao nó das ciências cognitivas no território das ciências duras” (SANTAELLA, 2006, p. 83).

3.1 Tipo de pesquisa

No que se refere à natureza, esta pesquisa pode ser classificada como original, de acordo com a definição de Santaella (2006), pois considera e se embasa em pesquisas realizadas anteriormente por autores como Matos (1998), Brandão (2007), Duarte (2007), Oliveira (2004), Haswani (2006) e Kunsch (2007), entre outros que colaboraram para pesquisas na área.

Quanto aos objetivos é exploratória, visto que esses visam à ampliação das informações dos pesquisadores em relação ao assunto (SANTAELLA, 2006). Em relação ao objeto classifica-se como bibliográfica, por utilizar produções bibliográficas, como livros, artigos, dissertações e teses, que versam sobre os temas aqui discutidos (SANTAELLA, p. 148). No que se refere à abordagem é quali-quantitativa documental, por utilizar 316 (trezentos e dezesseis) notícias que compõem o *corpus* da pesquisa e analisá-las a partir da qualidade desse *corpus*. Essas notícias foram selecionadas a partir da data de sua geração (de 01 de março de 2017 a 01 de março de 2018) e publicadas nos respectivos sites das instituições EMATER, SEAGRI e SEDAM.

Nesse entendimento, o método de análise de conteúdo qualitativo analisa, na maioria das vezes, o teor, o conteúdo do material selecionado para análise (MOREIRA, 2014) e visa à resposta subjetiva de um questionamento apontado na identificação e análise das variáveis que possivelmente têm relação entre si. Dessa forma, “nos estudos qualitativos, é possível o desenvolvimento de perguntas e hipóteses antes, durante e depois para aprimorá-las e respondê-las” (SAMPIERI, 2013, p. 33).

Essa afirmação confirma o pensamento de que esse tipo de pesquisa é adequado para atender ao interesse dos pesquisadores no que se refere à obtenção dos dados necessários, advindos de um levantamento bem planejado e executado, fato que promove o conhecimento detalhado do problema estudado.

A justificativa para a escolha da abordagem quali-quantitativa consiste no fato de que essa abordagem permite analisar o corpus por meio de instrumentos como softwares estatísticos, testes de hipóteses, estatística descritiva e multivariada.

3.2 Características do método de estudo

A metodologia adotada por esta pesquisa é a Análise de Conteúdo, compreendida como a “identificação, verificação e apreciação de documentos para determinado fim”, nas palavras de Moreira (2014, p. 271). Na análise, busca-se classificar em temas ou categorias que ajudam na compreensão dos existentes nos discursos que há em jornais, discursos políticos, anúncios, notícias, relatórios, entrevistas, revistas, relatos autobiográficos entre outros (SILVA e FOSSÁ, 2015).

Inicialmente utilizada em 1915, com o teórico da comunicação americano Harold Lasswell (1902-1978), a análise de conteúdo foi popularizada a partir dos estudos da pesquisadora francesa Laurence Bardin, quando publicou *L'analyse de contenu* (1977), resultado da aplicação da técnica em uma investigação psicossociológica e em estudos das comunicações de massa.

Com seu fortalecimento como técnica, a Análise de Conteúdo tornou-se útil a pesquisadores de diversas áreas como a psicologia, a linguística, a histórica, o jornalismo entre outras áreas, sendo possível concebê-la de diversos modos, a partir da intencionalidade do pesquisador que a desenvolve, tanto pela adoção de conceitos relacionados à semântica estatística do discurso, quanto pela inferência por meio da identificação objetiva de características das mensagens (Weber, 1985; Bardin, 2011).

Nesse sentido, as pesquisas em comunicação exigem conhecimento do desenvolvimento histórico da área, compreensão do fato de que os comunicólogos estão fazendo, inteirar-se de suas teorias, familiarizar-se com os métodos que empregam e com as diferentes situações em que os empregam. Além disso, essa técnica passou por modificações a partir da influência, por exemplo, dos softwares que auxiliam nos processos de organização e codificação dos dados (SILVA e FOSSÁ, 2015).

Por isso, é necessário também contribuir, com a competência que o tempo e a dedicação trazem, com a transformação e o aperfeiçoamento desses métodos com pesquisas próprias. É preciso, dessa forma, tornar-se membro de uma comunidade de pessoas que idealmente deveriam unir-se em torno de um interesse comum: promover o crescimento e a excelência das pesquisas na área em que atuam (SANTAELLA, 2006).

3.3 Amostra da pesquisa

Esta pesquisa investiga, os conteúdos dos canais de comunicação oficiais do Governo do Estado de Rondônia, especificamente aqueles divulgados na Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia (EMATER), da Secretaria de Agricultura do Estado de Rondônia (SEAGRI) e da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Ambiental (SEDAM).

A escolha dos portais se deve ao fato de a agropecuária compor aproximadamente 15% do Produto Interno Bruto do Estado, colaborando diretamente para o desenvolvimento regional, motivo pelo qual as três instituições estão diretamente relacionadas a esse setor.

Para o levantamento dos dados necessários à elaboração das análises desta pesquisa, a amostra é constituída por notícias que devem, obrigatoriamente:

- estar publicadas no Portal Oficial do Governo do Estado de Rondônia (<http://www.rondonia.ro.gov.br/>);
- estar relacionadas à Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia (EMATER); à Secretaria de Estado do Desenvolvimento Ambiental (SEDAM) e à Secretaria de Agricultura do Estado de Rondônia (SEAGRI); e
- ter sido geradas em um recorte temporal que abrange o período de 01 de março de 2017 a 01 de março de 2018, e selecionadas, para fins de análise, as notícias que mais possibilitarem a extração de dados, de acordo com as categoriais elencadas por Duarte (2007).

A delimitação desse período e a análise desse material busca verificar nas notícias analisadas, o atendimento às normativas editadas especialmente a partir do ano de 2013 até 2017, quando o Governo Estadual de Rondônia adotou parâmetros aplicados à comunicação pública, a exemplo do Decreto Estadual nº 17.690, de 04 de abril de 2013, que dispôs sobre as ações necessárias a comunicação governamental.

O período a ser pesquisado também se justifica pelo fato de ser um intervalo que antecede o pleito eleitoral estadual e promove alternância na Administração Pública.

O *corpus* é caracterizada como intencional, pois os materiais que constituirão esse corpus foram escolhidos intencionalmente. Além disso, o critério para a definição dos conteúdos analisados baseou-se na maior proximidade e/ou maior relação com a temática de ações que envolva planejamento e desenvolvimento regional. Os conteúdos analisados foram classificados quanto ao meio, ao formato, ao canal veiculado, ao público-alvo, ao alcance e cobertura, à audiência média, aos níveis de interatividade com o público e quanto ao tempo de existência.

Os canais de comunicação escolhidos são do meio digital; de formato eletrônico (sites); com conteúdos de veiculação instrutivo e informativo das ações realizadas pelos órgãos governamentais; de público-alvo diverso, alcançando predominantemente o estado de Rondônia; com audiência alta dentro e fora do estado; nível de interatividade baixa; e tempo de existência relativamente recente. As pesquisas desse corpus [conteúdos divulgados em canais de comunicação] formam estudos do modo pelos quais “as mídias podem alterar as interações sociais e a estrutura social de modo geral” (SANTAELLA, 2006, p. 93).

Nesta pesquisa suscita-se a hipótese de que os conteúdos veiculados nos canais de comunicação são mecanismos que a comunicação pública dispõe para influenciar o processo de desenvolvimento regional do estado de Rondônia, e para a verificação dessa hipótese, estabeleceu-se um fluxo de pesquisa, conforme descrito pelo Gráfico 01.

Gráfico 1 – Fluxo da Pesquisa



Fonte:Elaborado pela autora

Considera-se o fato de que: “[...] as mídias são estudadas não como simples canais para transmitir informações, mas como formadoras de novos ambientes sociais [...]”, como o discutido nesta pesquisa, em que a relação entre comunicação e desenvolvimento regional é problematizada (SANTAELLA, 2006, p. 7).

A comunicação se caracteriza, portanto, como uma “rede de múltiplas interfaces que não podem ser ignoradas sob pena de se perder aquilo que a área apresenta de mais desafiador e que, por isso, mais merece ser investigado” (SANTAELLA, 2006, p. 101).

3.4 Procedimento de coleta de dados

Os procedimentos para a coleta dos dados necessários à elaboração desta pesquisa foram guiados por Lakatos (2017) e Moreira (2014), quando afirmam que há extrema necessidade, por parte do pesquisador, por procedimentos que sistematizem, categorizem e possibilitem a análise de dados brutos coletados na pesquisa, que lhe permita chegar a resultados significativos.

Neste estudo adotou-se a pesquisa bibliográfica:

[...] ou de fontes secundárias, abrangendo toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, artigos científicos impressos ou eletrônicos, material cartográfico e até meios de comunicação oral (LAKATOS, 2017, p. 200).

Nesse caso, o objetivo é inserir o pesquisador em contato direto com as produções já realizadas sobre o assunto, incluindo materiais ditos, filmados, debatidos e transcritos de algum modo: são as fontes secundárias (MOREIRA, 2014).

A coleta dos dados deu-se com a visita ao sítio eletrônico do governo estadual, momento em que foram coletadas notícias e/ou documentos gerados no período estabelecido.

De posse das informações disponíveis nos acervos públicos e particulares, o pesquisador está pronto para empreender a aventura rumo à análise dos conteúdos propriamente dita (MOREIRA, 2014). Outro aspecto fundamental a ser executado na pesquisa de análise de conteúdo é a cautela no trato com os documentos.

Isso por que por mais que sejam aplicadas metodologias criteriosas aos objetos da pesquisa para exploração, a fim do alcance dos objetivos propostos, é preciso cautela pois a disposição das notícias e a legibilidade das referências são fatores que podem interferir nos processos de coleta de dados e que acarretam, por consequência, a análise crítica do material coletado (MOREIRA, 2014).

É preciso cautela e atenção para execução do método antes, durante e depois do momento da coleta e análise dos dados. Pimentel (2001, p. 182), teorizando sobre a prática desenvolvida na análise de conteúdo, diz que:

[...] organizar o material significa processar a leitura segundo critérios da análise de conteúdo, comportando algumas técnicas, tais como fichamento, levantamento quantitativo e qualitativo de termos e assuntos recorrentes, criação de códigos para facilitar o controle e o manuseio (PIMENTEL, 2001, p. 182).

A análise de conteúdo facilita a pesquisa científica ao pertimir a circulação entre “estantes, museus, bibliotecas e arquivos informatizados”, assim, após a visita aos espaços – sejam eles virtuais ou reais – e a organização do material, “o pesquisador deve ir à fase da análise crítica dos documentos” (MOREIRA, 2014, p. 276).

3.5 Procedimento para a análise dos dados

Essa etapa é de fundamental necessidade para o sucesso de uma pesquisa científica. De acordo com Lakatos (2017, p. 182), “a importância dos dados não está em si mesmo, mas em proporcionarem respostas às investigações”, pelo fato de os dados serem os códigos que sinalizam, ou não, as circunstâncias decorrentes daquele problema investigado.

O pesquisador deve, então, realizar buscas a partir do levantamento de dados de um método coletâneo ao quadro teórico de referência e também adequado à dificuldade a ser resolvida. Trata-se de um método com técnicas específicas, constituindo “um processo em que, simultaneamente se busca, se examina e se prova a solução do problema” (RUDIO, 1992, p.7).

A análise dos dados foi dividida em dois momentos: no primeiro, o foco incidiu sob as categorias das notícias. Essas notícias foram classificadas quanto à sua natureza a partir do estabelecido por Duarte (2007) quando diz que as informações dentro do âmbito da comunicação pública, com finalidade didática, podem ser classificadas ou agrupadas em sete categorias, a saber:

Quadro 2 - Categorias de informação dentro da comunicação pública

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
1. Institucional	Referente ao papel, responsabilidade e funcionamento das organizações – o aparato relativo à estrutura, políticas, serviços, responsabilidades e funções dos agentes públicos, poderes, esferas governamentais, entes federativos, entidades, além dos direitos e deveres do cidadão;
2. Gestão	Relativo ao processo decisório e de ação dos agentes que atuam em temas de interesse público. Incluem discursos, metas, intenções, motivações, prioridades e objetivos dos agentes para esclarecer, orientar e municiar o debate público. O cidadão e os diferentes atores precisam saber o que está acontecendo em temas relacionados a acordos, ações políticas, prioridades, debates, execução de ações;
3. Utilidade pública	Evidencia temas relacionados ao dia a dia das pessoas, geralmente serviços e orientações. Imposto de renda, campanhas de vacinação, sinalização, causas sociais, informações sobre serviços à disposição e seu uso são exemplos típicos;
4. Prestação de contas	Explica decisões políticas e o uso de recursos públicos. Viabiliza o conhecimento, avaliação e fiscalização da ação de um governo;

5. Interesse privado	Denotam exclusivamente ao cidadão, empresa ou instituição. Um exemplo: dados de imposto de renda, cadastros bancários;
6. Mercadológico	Relatam produtos e serviços que participam de concorrência no mercado;
7. Dados públicos	Referenciam informações de controle do Estado e que dizem respeito ao conjunto da sociedade e a seu funcionamento. Exemplos: normas legais, estatísticas, decisões judiciais, documentos históricos, legislação e normas.

Fonte: Duarte (2011).

Conforme o Quadro 2, na primeira fase analisaram-se as notícias quanto à categoria, determinando quantas pertencem a cada categoria, em uma abordagem quantitativa.

No segundo momento da análise, as mesmas notícias foram analisadas novamente, mas agora no que se refere às características necessárias para comunicação pública, em uma abordagem qualitativa. Essa segunda parte da análise foi guiada por princípios elaborados a partir dos escritos de Zémor (1995) e Duarte (2011), quando ambos estabelecem características necessárias à realização de comunicação pública.

A partir da leitura de ambos os autores foram identificadas convergências conceituais, por isso optou-se por resumi-las em oito aspectos comuns aos teóricos, conforme exposto na Quadro 3.

Quadro 3 – Parâmetros de análise comuns entre Duarte (2011) e Zémor (1995)

PARÂMETROS DE ANÁLISE	
1	Apresentação dos serviços públicos e/ou do setor público à população.
2	Indução e qualificação da relação entre gestão e execução dos serviços públicos.
3	Disseminação de informações e opiniões ao público, garantindo a pluralidade no debate político.
4	Identificação de demandas sociais.
5	Diálogo entre governo e cidadãos para melhoria das políticas públicas e da gestão administrativa.
6	Estímulo à cidadania consciente, ativa e solidária.
7	Promoção e valorização do interesse público.
8	Desenvolvimento de ações de interesse coletivo.

Fonte: adaptado pela autora (2019).

No que se refere às análises, cada instituição teve as notícias oriundas de seu respectivo canal de comunicação pública, analisadas sob os oito aspectos estabelecidos por Zémor (1995) e Duarte (2011). As notícias foram publicadas nos portais eletrônicos das instituições objetos de estudo e foram analisadas individualmente nesses quesitos, gerando uma média final para cada canal.

Na segunda etapa da análise cada notícia recebeu uma pontuação entre 0 e 4, conforme o nível de atendimento aos parâmetros do Quadro 3. Assim, por exemplo, a análise de determinada notícia de uma das instituições mostrou forte ‘apresentação dos serviços públicos e/ou do setor público à população’. Por isso a notícia obterá, nesse quesito, a pontuação 4. Se essa mesma notícia não cumprir com esse requisito, obterá pontuação mínima (0), portanto, quanto mais próximo da nota máxima (4), mais bem elaborada naquele quesito foi a notícia, e quanto mais perto da nota mínima (0), menos essa mesma notícia atende ao quesito.

Nessa etapa, o pesquisador realiza maior detalhamento dos dados oriundos de sua pesquisa para o alcance as respostas aos objetivos elencados, estabelecendo relações entre os dados obtidos e as hipóteses elaboradas para que sejam refutadas ou comprovadas com outras análises.

A partir disso, anotadas as variações do registro documental, aplica-se a metodologia para, com base na identificação do objeto, demarcar a abrangência da coleta, orientar o levantamento e ordenar as informações (MOREIRA, 2014). Nas análises de conteúdo, considerou-se como métrica os parâmetros necessários à realização de comunicação pública estabelecidos nos entendimentos comuns de Duarte (2011) e Zemor (1995).

4 RESULTADOS

4.1 Caracterização Histórica da Área de Estudo

Durante o período de ocupação e colonização da região amazônica, a comunicação exerceu grande relevância com a construção das linhas telégrafas instaladas pela Comissão Rondon, o que possibilitou a integração da região ao restante do país.

É válido o destaque de que os pioneiros que ali chegavam deveriam superar as adversidades impostas pela floresta densa e pelas longas distâncias, utilizando a comunicação como meio essencial na busca por informações, orientação em relação aos fatos locais, e também notícias do restante do país.

A primeira oportunidade econômica daquela época era desbravar a terra. Todo planejamento que se fazia para Rondônia, por mais otimista que fosse, sempre ficava aquém das demandas. O Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) não possuía um território de assentamento preparado para a entrega de terras para todos que aportavam em Rondônia.

Foram criados, então, os Projetos Integrados de Colonização (PICs), Projetos de Assentamento Dirigidos (PADs) e Projetos de Assentamento (PAs), mas não em quantidade suficiente para a acomodação da saga migratória sempre crescente nas décadas de 70 e 80 do século XX (MOSER, 2006).

Também não foi diferente na década de 60. Nessa época, nos PICs foram assentadas 5.162 famílias em uma área de 512.585ha, em obediência aos critérios do Plano Nacional de Desenvolvimento (BASSEGIO e PERDIGÃO, 1992). A estratégia comunicacional do Estado estimulou intensamente o aumento considerável da população dessa região, com propagandas aliadas à comunicação informal entre parentes de migrantes,

As estratégias de ocupação da Amazônia, especificamente a partir da década de 1970, caracterizam-se como elementos políticos presentes nas estratégias do governo civil-militar para a região, reforçados com ações como as da Política de Integração Nacional. A comunicação pública foi exercida por órgãos de propaganda do governo, que utilizavam como pano de fundo a questão política no interesse pela migração para a Amazônia (BASSEGIO e PERDIGÃO, 1992).

Até mesmo antes da década de 1970, a região já era representada dessa forma. Em 1943, por exemplo, enquanto acontecia a Segunda Guerra Mundial, o governo brasileiro recrutou homens para extraírem borracha na Amazônia, tornando-os ‘Soldados da Borracha’.

Nessas ações, o governo utilizava recursos como o da propaganda oficial ostensiva e requintada, especialmente elaborada pelo Serviço Especial de Mobilização de Trabalhadores para a Amazônia (SEMTA), órgão que distribuía panfletos e cartazes nas regiões das quais deveriam sair os ‘recrutados’ (MOSER, 2006).

Em anúncios jornalísticos da época é possível a leitura da manchete “315 homens seguiram hoje para o El-Dorado da Amazônia” acompanhada do subtítulo: “aumenta a corrente emigratória impulsionada pelo Sementa” (MOSER, 2006, p. 19).

Nesses anúncios, a comunicação governamental já era utilizada com a finalidade de desenvolvimento regional, nesse caso, o desenvolvimento regional amazônico, considerando o fato de que homens eram atraídos pela esperança de obterem moradia e sobrevivência em terras distantes, colaborando para a ocupação humana da área. A fim de que a ida para a Amazônia acontecesse, o governo construiu a imagem de que a região era um grande vazio, aguardando por desbravadores.

Esse mesmo tipo de comunicação, de construção, foi realizado nas décadas de 60 e 70 com a mesma finalidade, mas agora atraía populações agrícolas de baixa renda e com mão de obra familiar para as regiões próximas às margens das principais rodovias que surgiam no estado. As políticas de colonização das regiões ditas vazias funcionaram como uma válvula de escape para a manutenção dessa dinâmica (BECKER, 1990).

Nesse contexto, o governo veiculava propagandas nas mídias da época, construindo a imagem do Estado de Rondônia como “Novo Eldorado” e lugar para pioneiros (BECKER, 1990).

Getúlio Vargas (1930-1945), que defendeu a Marcha para o Oeste, foi o primeiro presidente da república a ver a Amazônia estratégica, principalmente no que se refere às fronteiras que deveriam ser bem demarcadas e vigiadas. Teve início, então, esforços para atração de trabalhadores para a floresta.

Instalaram-se pontos de recrutamento em diversas capitais do nordeste brasileiro para recrutamento de mais pessoas. O suíço Jean-Pierre Chabloz (1910)

foi contratado para a criação de uma campanha para recrutar pessoas para a Amazônia.

Figura 1 – Cartazes que incentivavam a ida para a Amazônia



Fonte: divulgação.

A criação imaginária desse cenário teve tamanha força que está presente até no hino do estado, que faz referência aos modos heroicos e pioneiros pelos quais as pessoas migram para a região: “[...] como sentinelas avançadas – somos destemidos pioneiros [...]” Isso além de propagandas de órgãos como a Assembleia Legislativa do Estado.

Nesse último caso, interpreta-se que uma equipe de profissionais fora contratada para a elaboração de uma propaganda com caráter político: Sabe-se que essa simbologia tem efeito sobre as pessoas, fazendo-as consumir e reproduzir essa imagem que muitas vezes esconde a realidade de fragilidade e vulnerabilidade pelas quais outros grupos sociais que vivem na região passam no aspecto da cidadania.

Nesse sentido, a comunicação governamental se desenvolveu de modo grandioso e com grande alcance, seja com a criação de motivos propagandísticos, como panfletos, cartazes, ou pela reprodução do discurso desbravador por meios de comunicação que não eram comunicação governamental.

Há um exemplo de uma capa de revista de grande circulação que reproduz esse discurso e influencia o desenvolvimento regional do Estado. É a capa da *Veja*, datada de 11 de agosto de 1982, que traz a manchete: Rondônia, uma nova estrela no Oeste.

Mesmo não sendo autoria de órgão da comunicação governamental, a propaganda reproduz o discurso de necessidade de ocupação e, conseqüentemente, de desenvolvimento. Esse cenário de incentivos alterou o cronograma da distribuição de terras, acelerando de modo aleatório a ocupação da região. O processo foi intensificado da década de 1960 até a década de 1980, quando o território recebeu uma grande parte de pioneiros que construíram novas histórias de vida e colaboraram para a construção de um novo estado: o de Rondônia(MOSER, 2006).

A partir dos anos 60, na época da ditadura militar, o governo também colaborou para o desenvolvimento regional da Amazônia. Os militares, com um discurso nacionalista, disseminaram a ideia de unificação do país. Seria preciso que a floresta fosse ocupada por desbravadores brasileiros, para que não fosse internacionalizada.

No ano de 1966, o então presidente Castelo Branco criou uma campanha de ocupação com o lema 'Integrar para não Entregar'. Nessa época também foram executadas obras importantes, como a Rodovia Transamazônica, inaugurada em 1972, e a Rodovia Belém-Brasília, inaugurada em 1974(MOSER, 2006).

Nesse período, diversas áreas de terras foram invadidas de modo incontrolado e sem nenhuma intervenção do Estado. Esse fato comprometeu o planejamento inicial do processo de ocupação e criou a figura do posseiro como o indivíduo que se apodera da terra sem a autorização dos órgãos oficiais.

A ocupação do que viria a ser Rondônia, nessa época, acontecia de modo precário. O padrão de ocupação seguia linearmente o padrão da ferrovia Madeira-Mamoré e o das picadas, mas, principalmente, margeava o curso de rios: a chamada ocupação beiradeira(MOSER, 2006).

A grosso modo podem-se identificar três eixos de penetração nas terras rondonianas:

- o vale Mamoré-Guaporé, junto com a ferrovia do mesmo nome;
- o Madeira, conectado ao Amazonas; e
- a trilha da Comissão Rondon, verdadeira espinha dorsal, protótipo da BR 29 que se transformou na atual BR 364.

A população se espalhava de forma rarefeita, com relativo adensamento nos trechos entre Humaitá e Abunã ao longo do Madeira; entre Calama e Tabajara, no Ji-Paraná; e no Jamari entre a foz e Ariquemes (SANTOS, 1998). Entre esses

modos de ocupação citados, o da Comissão Rondon foi o que mais colaborou para o progresso e desenvolvimento regional.

Os imigrantes que ingressaram no estado pelas trilhas de Rondon, hoje trajeto da BR 364, eram, basicamente, agricultores que trabalhavam em terras arrendadas em estados vizinhos e traziam, na pouca bagagem, apenas o fundamental para a realização do sonho de melhoria de vida. A busca por esse ideal tornou esses pequenos e primeiros agricultores os protagonistas do processo de desenvolvimento do estado de Rondônia (SANTOS, 1998).

O ápice do processo de ocupação dos territórios amazônicos ocorreu durante o período do regime militar. Nessa época, a comunicação pública era realizada pela Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP), criada na década de 70 durante o governo do General Médici. Como o propósito visado foi alcançado, a comunicação pública dessa época se mostrou eficaz e eficiente, haja vista que ocorreu a mobilização em massa de milhares de brasileiros para a Região Norte do país.

Explica-se esse fenômeno pela descrição do projeto colocado em prática pelos militares: quando um governo visa à elevação das aspirações de seu povo, deve considerar até onde pode ir na satisfação dessas aspirações. Se os desejos são estimulados, mas não satisfeitos, na melhor das hipóteses o povo não mais morderá a isca da próxima vez. Na pior das hipóteses, o governo pode ficar em má situação.

Uma política firme exige alguma correspondência entre o que o povo deseja e o que pode obter, mas o ponto essencial é que, sem elevar as aspirações, sem estimular o povo a almejar uma vida melhor e o crescimento nacional, é improvável a consecução do desenvolvimento (SCHRAMM, 1976).

A comunicação realizada nesse contexto serviu um mecanismo de grande alcance para elevar as aspirações dos agricultores de vários estados, que trabalhavam e moravam em terras de terceiros e ouviram nos veículos de comunicação de massa que migrando para a região receberiam terras gratuitamente do governo. Essa mensagem impactou milhares de migrantes que foram atraídos para a região.

Os veículos de comunicação podem, assim, criar um clima para o desenvolvimento. É possível sintetizar dizendo que eles contribuem

substancialmente com a quantidade e qualidade das informações postas à disposição do povo de um país em desenvolvimento.

Para isso, é possível ampliar os horizontes e ajudar na criação da empatia; chamar a atenção em relação aos problemas e objetivos do desenvolvimento; elevar as aspirações pessoais e nacionais; conduzindo para a criação de um clima informacional estimulador do desenvolvimento.

Ao expor o equipamento e a vida moderna nas sociedades economicamente bem desenvolvidas, disseminando as notícias do desenvolvimento de lugares distantes, levando a termo informações políticas, econômicas, sociais e culturais de qualquer parte do país e do mundo, os veículos podem criar um clima intelectual que estimule as pessoas a reexaminar sua prática corrente e perspectiva futura (SCHRAMM, 1976).

Dada a grande dimensão geográfica do Brasil, é possível afirmar que a comunicação tem uma funcionalidade estratégica no esforço do governo federal para a integração da Região Norte e Amazônica ao centro do país. O êxito da comunicação do governo militar foi útil para atração dos brasileiros de várias regiões.

Diante do grande esforço de comunicação do governo federal para o convencimento de milhares de pessoas a migrarem para uma região desconhecida e sem nenhuma infraestrutura, era esperado que o governo do então território e depois recém-criado estado de Rondônia tivesse a comunicação como estratégia para a efetivação das políticas públicas da região, considerando o fato de que a quantidade e o fluxo da informação contribuem com o desenvolvimento (SCHRAMM, 1976).

A quantidade de informação disponível e a amplitude de sua distribuição constituem um fator chave na velocidade e suavidade do desenvolvimento. A comunicação pública não deve estar dissociada das instituições públicas, portanto, ela têm como funções:

- a) informar: levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar;
- b) ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público;
- c) contribuir para assegurar a relação social: sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator; e
- d) acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social (ZÉMOR, 1995).

Considerada a localização geográfica da região, que passava pelo processo de ocupação, é possível concluir que os colonizadores necessitavam de informações das ações e políticas de governo.

Eles tinham a necessidade de serem ouvidos quanto às suas demandas e interrogações referentes ao processo de colonização, que impactaria diretamente suas vidas e a de seus familiares. O fato de serem ouvidos permitiria contribuir para a criação da relação social e construção da identidade coletiva do novo Estado.

Conforme diz Zémor (1995), seria necessária uma comunicação estratégica em uma região que se encontrava em estado de formação e tinha necessidades específicas, como:

1. responder à obrigação que têm as instituições públicas de levar informação ao seu público;
2. estabelecer a relação e o diálogo de forma a desempenhar o papel que cabe aos poderes públicos, bem como para permitir que o serviço público atenda às necessidades do cidadão de maneira mais precisa;
3. apresentar e promover cada um dos serviços oferecidos pela administração pública;
4. tornar conhecidas as instituições por elas mesmas, tanto pela comunicação interna quanto externa; e
5. desenvolver campanhas de informação e ações de comunicação de interesse geral.

4.2 Comunicação Pública em Rondônia

As investigações relacionadas aos desafios da comunicação pública no processo de desenvolvimento regional do estado de Rondônia requerem, como decorrência da evolução histórica, indagações sobre a perspectiva do reconhecimento e da relevância estratégica dessa atividade para o desenvolvimento regional.

A problemática que fomentou as discussões desta pesquisa surgiu a partir do questionamento: em que, precisamente, o uso da comunicação pública contribui para o desenvolvimento econômico e social? É comum que sejam encontradas respostas

teorizando que a comunicação pública cria ou estabelece o ambiente para que o desenvolvimento ocorra (SCHRAMM; LERNER, 1973, p. 31).

Para o cumprimento dos objetivos aos quais esta pesquisa se propôs e que apresentam respostas à problemática deste estudo, é necessária a descrição das estruturas organizacionais que compõem a comunicação pública oficial do Governo do Estado de Rondônia e também a identificação dos modos como a comunicação pública é desenvolvida no âmbito governamental.

Foram selecionados, cronologicamente, acontecimentos referentes à estruturação dessa comunicação a partir da sua instalação aos dias atuais. Em 1981 apareceu o primeiro registro de comunicação pública no âmbito do Estado, no Decreto nº 01, de 31 de dezembro de 1981, que organizou administrativamente o Poder Executivo Rondoniense. No artigo nº 14, desse decreto, há a listagem das secretarias e dos departamentos que formam a estrutura do executivo estadual e não há menção ao órgão que tratará a comunicação governamental.

A área da comunicação governamental não é mencionada na descrição da estrutura organizacional do executivo estadual rondoniense: foi apenas citada no artigo 18, do referido decreto, como uma assessoria de comunicação vinculada à Secretaria Estadual de Administração.

Art. 18 - A secretaria de Estado da Administração, como órgão central do sistema estadual de administração, tem como finalidade o planejamento, a coordenação, a supervisão, o assessoramento técnico, a normatização e a execução das atividades relativas a recursos humanos, materiais, serviços, transportes internos, patrimônio, comunicações e documentação administrativa, e outras atividades correlatas (GOVERNO DERONDÔNIA, 2019).

Mais adiante, no capítulo VI, seção III, que trata da finalidade das secretarias estaduais, fica determinado que essa Secretaria cuidará do “planejamento, coordenação, supervisão, assessoramento técnico, normatização e execução de diversas áreas, entre elas o campo das comunicações e documentações administrativas, e outras atividades correlatas”, conforme trecho a seguir:

SEÇÃO III – Secretaria de Estado da Administração
Artigo 18 – A secretaria de Estado da Administração, como órgão central do Sistema Estadual de Administração, tem como finalidade o planejamento, a coordenação, a supervisão, o assessoramento técnico, a normatização e a execução das atividades relativas a recursos humanos, materiais, serviços, transportes internos, patrimônio, comunicações e documentação administrativa, e outras atividades correlatas (DITEL, 2019).

No primeiro documento do poder executivo rondoniense está claro que a Secretaria de Administração ficará responsável pela comunicação pública do Estado. Nesse campo, não está sendo conferida relevância para os processos de desenvolvimento da região. No artigo nº 18, as “atividades relacionadas as comunicações” serão desenvolvidas pela Secretaria de Estado da Administração.

A história atual do estado de Rondônia foi escrita por ideais militares, tônica sob a qual os territórios federais eram administrados, e também pelo fato de o então Território Federal de Rondônia ter sido elevado à categoria de Estado graças a uma conjuntura política intermediada pelo Coronel Jorge Teixeira de Oliveira (1921-1987).

O coronel, militar que foi o último governador do antigo Território Federal de Rondônia e o primeiro governador do novo estado, foi indicado pelo então presidente da República, General João Figueiredo, em abril de 1979, quando assumiu o governo território com a missão de alçá-lo à categoria de estado da federação ((MOSER, 2006).

Considerada a problemática que move esta pesquisa, verifica-se que o modelo de comunicação pública implantado ainda no regime militar, e perpetuado pelos governos sucessivos na história do estado de Rondônia, continua restringindo a comunicação pública do governo à mera assessoria de imprensa, utilizada, basicamente, para divulgação dos atos e das ações dos governantes, conforme o pensamento de Duarte (2002).

Em 1987, a Lei nº 161 de 21 de setembro, que dispõe sobre o exercício de cargos, funções ou empregos de coordenador de comunicação social, de assessor de imprensa ou equivalente, determinou que tais cargos sejam exercidos em concordância com o Decreto-Lei Federal nº 972/69¹ e Decreto Federal nº 83.284/79², conforme excerto abaixo.

LEI Nº 161, DE 21 DE SETEMBRO DE 1987.
DOE Nº 1400, DE 13 DE SETEMBRO DE 1987.

Dispõe sobre o exercício de cargos, funções ou empregos de Coordenador de Comunicação Social, de Assessor de Imprensa ou equivalentes.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE RONDÔNIA, faço saber que a Assembléia Legislativa decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

¹ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/De10972.htm.

² Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1970-1979/decreto-83284-13-marco-1979-432527-norma-pe.html>

Art. 1º - Os cargos, funções ou empregos de Coordenador de Comunicação Social, de Assessor de Imprensa ou equivalentes, da administração direta e indireta do Estado e dos Poderes Legislativo e Judiciário, incluindo as Fundações mantidas com recursos públicos, deverão, obrigatoriamente, ser exercidos por jornalistas profissionais ou provisionados, conforme o Decreto-Lei Federal nº 972/69 e Decreto Federal nº 83.284/79.

A visualização do trecho da Lei Complementar, aponta que a comunicação iniciou a década de 1990 como competência da Casa Civil da Governadoria. Em 1995, a Lei Complementar nº 133, de 22 de junho, que dispõe sobre a organização da Administração Pública Estadual e dá outras providências, trouxe consigo artigos referentes ao campo da comunicação pública.

SEÇÃO II DA CASA CIVIL

Art. 15 – À Casa Civil compete a assistência imediata e direta ao Governador, em suas ações políticas, sociais e de comunicação social, a administração dos prédios estaduais por ele utilizados, bem como a gerência financeira das Coordenadorias subordinadas ao Chefe do Poder Executivo (DITEL, 2019).

Inicialmente, o art. 7º determina que os órgãos e entidades que compõem a administração estadual ficam incumbidos do exercício de inúmeras funções, entre elas as relacionadas ao campo da comunicação (art. 8º), como se pode observar:

Lei Complementar nº 133 de 22 de junho de 1995.

Art 8º - Para o exercício das funções de que trata o artigo anterior, incumbe aos órgãos e entidades da Administração Estadual o desempenho de atividades recaciona com:

IX - comunicação governamental (DITEL, 2019).

Mais adiante, nessa mesma lei complementar, especificamente no capítulo III que trata da estrutura básica da administração direta (art. 13), consta que essa estrutura será composta por “órgãos especiais de atuação desconcentrada”, entre eles a Superintendência de Comunicação Social, órgão que tem suas competências elencadas no art. 21 da mesma lei:

Lei Complementar 133 de 22 de junho de 1995

Art. 21 – As competências básicas dos órgãos de atuação desconcentrada são os seguintes:

organização, coordenação, administração e operacionalização do sistema de comunicação governamental, publicidade dos atos, programas, serviços e campanhas públicas, publicidade institucional e elucidativa, preventiva e educacional, além da comunicação social; (DITEL, 2019).

A Superintendência de Comunicação Governamental do Estado de Rondônia, criada pela Lei Complementar nº 133, de 22 de junho de 1995, é o órgão responsável pela organização, coordenação, administração e operacionalização do sistema de comunicação governamental, publicidade dos atos, programas, serviços e campanhas públicas, publicidade institucional e elucidativa, preventiva e educacional, além de comunicação social.

Em 1997, dois anos depois da criação da Superintendência de Comunicação, o Governo do Estado alterou a denominação desse órgão (art. 1) pela Lei Complementar nº 176, de 03 de julho de 1997.

LEI COMPLEMENTAR Nº 176, DE 03 DE JULHO DE 1997.

Altera a denominação da Superintendência de Comunicação Governamental, criada através da Lei Complementar n.º 133, de 22 de junho de 1995, e dá outras providências.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE RONDÔNIA, faço saber que a Assembléia Legislativa decreta e eu sanciono a seguinte Lei Complementar: Art. 1º - A Superintendência de Comunicação Governamental, criada através da lei Complementar n.º 133, de 22 de junho de 1995, passa a denominar-se Secretaria de Estado de Comunicação Social (DITEL, 2019).

De acordo com os escritos disponibilizados pela Diretoria Técnica Legislativa, setor responsável pela memória legislativa do Estado, a comunicação governamental no governo do Estado de Rondônia surgiu a partir de 1995, com a criação da Superintendência de Comunicação Governamental.

Em 1997 esse órgão foi alçado ao status de Secretaria de Governo e denominou-se Secretaria de Estado de Comunicação Social. Apesar da mudança de status e de nomenclatura, as competências da Secretaria de Estado de Comunicação Governamental, e não mais social, como no art. 1º, mantiveram-se as mesmas:

Art. 5º - As competências básicas da Secretaria de Estado de Comunicação Governamental, são a organização, a coordenação, a administração e a operacionalização do sistema de comunicação governamental, publicidade dos atos, programas, serviços e campanhas públicas, publicidade institucional e elucidativa, preventiva e educacional, além da comunicação social (DITEL, 2019).

No ano de 2000 foi feita uma nova alteração na organização administrativa do Poder Executivo do Estado de Rondônia, pela Lei Complementar nº 224, de 04

de janeiro de 2000. Essa alteração, logo em seu artigo nº 01, extinguiu a Secretaria de Comunicação Social:

Art. 1º Ficam extintos os seguintes órgãos da Administração Direta, em nível de Secretaria de Estado:

- I - Secretaria de Estado da Administração;
- II - Secretaria de Comunicação Social;
- III - Secretaria de Estado da Agricultura e Reforma Agrária;
- IV - Secretaria de Obras de Serviços Públicos;
- V - Secretaria de Indústria e Comércio, Minas e Energia;
- VI - Secretaria de Estado do Trabalho e Ação Social;
- VII - Coordenadoria Especial de Governo;
- VIII - Casa Militar (DITEL, 2019).

Logo mais adiante, o artigo 6º, determina que os órgãos de nível de Secretaria sejam transformados em nível de Superintendência:

Art. 6º São transformados os seguintes órgãos do Poder Executivo :

- I - do nível de Secretaria para o nível de Superintendência:
 - a) Controladoria Geral do Estado; (DITEL, 2019).

No artigo oitavo verifica-se que em função das mudanças estruturais da organização administrativa, as competências e atribuições dos órgãos extintos fossem transferidas a outros órgãos. As atribuições da Secretaria de Comunicação foram levadas, então, para a Casa Civil do Governo Estadual:

Art. 8º Em consequência das modificações introduzidas na organização administrativa do Poder Executivo por esta Lei Complementar, as competências e atribuições de órgãos da Administração Direta e Indireta são transferidas:

- I - da Secretaria de Comunicação Social para a Casa Civil; (DITEL, 2019).

Em 2000, durante o mandato do então governador José de Abreu Bianco (1999-2003), essa Lei Complementar extinguiu a Secretaria de Comunicação Social e a transformou em Superintendência de Comunicação Social, vinculando-a novamente à Casa Civil do Governo Estadual. No art. 67 estão elencadas as competências da recém-criada Superintendência.

Subseção IX

Da Superintendência Estadual de Comunicação – SECOM

Art. 67 – À Superintendência Estadual de Comunicação - SECOM, com órgão de coordenação da política de comunicação, divulgação e publicidade do Poder Executivo Estadual compete:

I – Planejar. Coordenar e executar a política de comunicação pública do Poder Executivo;

II – articular com os órgãos de divulgação e de promoção de eventos, visando a divulgar as ações institucionais;

III – coordenar as relações do Poder Executivo com os meios de comunicação;

IV – assessorar o Governador e aos Secretários de Estado em suas relações com a imprensa, em nível estadual e nacional;

V – Promover a divulgação das políticas governamentais e seus planos, programas, projetos e ações;

VI – Promover a circulação de informações de interesse público;

VII – promover o controle, a orientação e o acompanhamento das atividades de operação de rádio e televisão educativa e cultural (DITEL, 2019).

Com esse ‘rebaixamento’ da Comunicação do Governo do Estado, do status de Secretaria para Superintendência, a área da comunicação não foi vislumbrada como possível oportunidade estratégica para a efetivação das ações que visam ao planejamento e ao desenvolvimento regional do recém-criado Estado de Rondônia.

Não se pode diminuí-la ao mero convencimento estratégico ou ao envio constante de mensagens institucionais das esferas mais altas do governo para os cidadãos. A comunicação pública deve ser pensada e desenvolvida como o início de um processo de diálogo, negociação e tomadas de decisão que envolvem Estado, Governo e Sociedade (MATOS, 2006, p. 31).

Em 2013, a Lei Complementar nº 17.690, de 4 de abril, publicada durante o primeiro mandato de Confúcio Moura (2010-2014), dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo:

Art. 4º. O Sistema de Comunicação do Governo do Poder Executivo Estadual é integrado pelo Departamento de Comunicação Social - DECOM, que funcionará como órgão central, e as demais unidades administrativas de assessoria de imprensa dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Estadual da Administração Direta ou Indireta, que tenham a atribuição de gerir ações de comunicação (DITEL, 2018).

Como visto na citação acima, o denominado Sistema de Comunicação do Governo do Poder Executivo Estadual tem como centro o Departamento de Comunicação Social (DECOM), e como órgãos auxiliares as unidades administrativas e assessorias de imprensa dos órgãos e entidades que formam o executivo estadual rondoniense, para a gerência das ações do campo da comunicação.

Nesse sentido, torna-se necessária a análise de alguns pontos desse decreto. Inicialmente, o artigo 1º estabelece os procedimentos a serem realizados para a publicação dos materiais informativos, publicitários ou noticiosos de interesse da Administração Pública direta e indireta do Estado de Rondônia, como é possível verificar a seguir.

Art. 1º - Ficam estabelecidos os procedimentos a serem adotados na publicação de todo e qualquer material informativo, publicitário ou noticioso de interesse da Administração Direta e Indireta do Estado de Rondônia (Lei Complementar nº 17.690, de 04 de abril de 2013).

Após o estabelecimento desses procedimentos, essa Lei Complementar estabeleceu os objetivos principais das ações de comunicação do Poder Executivo Estadual, conforme se verifica no art. 2º.

Art. 2º - As ações de comunicação do Poder Executivo Estadual, previstas neste Decreto, englobam os Secretários de Estado, Diretores e Gerentes dos órgãos da Administração Direta e Indireta, e terão como objetivos principais:

I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual;

II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;

III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;

IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;

V - promover o direito de resposta extrajudicial; e

VI - promover o desenvolvimento do Estado (Lei Complementar nº 17.690, de 04 de abril de 2013).

Em 2015, a Lei Complementar nº 821, de 15 de julho, da reforma da estrutura organizacional e do funcionamento da Administração Pública Estadual, incorporou e extinguiu órgãos do Poder Executivo Estadual. Foi criada novamente a Superintendência Estadual de Comunicação (SECOM), órgão originado a partir da estrutura do antigo Departamento de Comunicação Social da Casa Civil e que herda todos os direitos, obrigações, competências, atribuições e, principalmente, os recursos humanos, patrimônio e acervos referentes à área de atuação.

Art. 44. Fica criada a Superintendência Estadual de Comunicação - SECOM, tendo por origem o Departamento de Comunicação Social da Casa Civil, que lhe sucede em todos os direitos, obrigações, competências, atribuições, inclusive, absorvendo os recursos humanos, patrimônio e acervos, inerentes a sua área de atuação.

§ 1º. A Superintendência Estadual de Comunicação - SECOM fica vinculada e subordinada à Casa Civil.

§ 2º. As competências e atribuições da Superintendência Estadual de Comunicação Social - SECOM são as dispostas no artigo 67, desta Lei Complementar (DITEL, 2019).

Verifica-se que mesmo com o crescimento do estado, a partir dos anos 2000, e em razão do aumento da produção agrícola e da construção das usinas hidrelétricas do Rio Madeira, Santo Antonio e Jirau, conforme Nascimento *et al* (2012), a Superintendência de Comunicação não tinha autonomia: era vinculada e subordinada à Casa Civil do Governo do Estado.

Em 2017, a Lei Complementar nº 965, de 20 de dezembro de 2017, que dispõe sobre a organização e estrutura do Poder Executivo do Estado de Rondônia e dá outras providências, estabeleceu as competências da Superintendência Estadual de Comunicação (SECOM), órgão ligado à Casa Civil do Governo do Estado.

Destaca-se que mesmo com o estabelecimento de uma série de competências e com a mudança do nome, as práticas comunicativas permaneceram as da época da criação do Estado.

Da Superintendência Estadual de Comunicação - SECOM

Art. 94. A Superintendência Estadual de Comunicação - SECOM, vinculada e subordinada à Casa Civil, é responsável pela coordenação da política de comunicação, divulgação e publicidade da Administração Pública Estadual à qual compete:

I - planejar, coordenar e executar a política de comunicação pública da Administração Pública Estadual;

II - articular com os Órgãos de divulgação e de promoção de eventos visando divulgar as ações institucionais;

III - coordenar as relações da Administração Pública Estadual com os meios de comunicação;

IV - assessorar o Governador e os Secretários de Estado em suas relações com a imprensa, em nível estadual e nacional;

V - promover a divulgação das políticas governamentais e seus planos, programas, projetos, processos e ações;

VI - promover a circulação de informações de interesse público; e

VII - promover o controle, a orientação e o acompanhamento das atividades de operação de rádio e televisão educativa e cultural.

(DITEL, 2019).

A partir do trecho acima, percebe-se a adoção de posturas comunicacionais próximas às sugeridas por Zémor (1995), quando define as finalidades da comunicação pública. Além disso, depois de mais de trinta anos da criação do Estado de Rondônia e do primeiro documento que se referiu à comunicação governamental, o Decreto nº 17.690/2013 e a Lei Complementar nº 965/2017 foram

os dispositivos legais que mais se aproximaram dos ideais estabelecidos como fundamentais para fomento ao desenvolvimento regional do Estado.

Pode-se considerar que tal movimentação rumo ao desenvolvimento é histórico. Quando o homem percebeu o poder da comunicação para todos os propósitos, a responsabilidade pela transmissão da informação e os canais de comunicação foram apropriados pelo Estado para a execução de seus propósitos (DUARTE, 2007).

Em razão desse retrospecto do campo da comunicação pública no Governo do Estado de Rondônia, organizou-se cronologicamente a história desse, campo conforme Quadro 4.

Quadro 4 - Histórico da comunicação pública no executivo rondoniense

ANO	GOVERNADOR	DISPOSITIVO	OCORRÊNCIA
1981	Jorge Teixeira	Decreto Estadual nº 01, de 31 de dezembro de 1981.	Determina que a Secretaria Administrativa fica incumbida das comunicações e documentações administrativas.
1987	Jerônimo Santana	Lei nº 161, de 21 de setembro de 1987.	Os cargos, funções ou empregos de coordenador de Comunicação Social, de Assessor de Imprensa ou equivalentes deverão, obrigatoriamente, ser exercidos por jornalistas profissionais ou provisionados.
1990	Oswaldo Piana	Lei Complementar nº 40, de 05 de setembro de 1990.	Cria o cargo de Diretor do Departamento de Comunicação Social.
1991	Oswaldo Piana	Lei Complementar nº 42 de 19 de março de 1991.	Atribui à Casa Civil as ações de comunicação social.
1995	Valdir Raupp	Lei Complementar nº 133, de 22 de junho de 1995.	Cria a Superintendência de Comunicação Governamental.
1997	Valdir Raupp	Lei Complementar nº 176, de 03 de julho de 1997.	A Superintendência de Comunicação Governamental passa a denominar-se Secretaria de Estado de Comunicação Social.
2000	José Bianco	Lei Complementar nº 224, de 04 de janeiro de 2000.	Extinguiu a Secretaria de Comunicação, transformou-a em Superintendência e a religou à Casa Civil.

2013	Confúcio Moura	Decreto Estadual nº 17.690, de 04 de abril de 2013.	Dispõe sobre ações necessárias a comunicação governamental. Denominado Departamento.
2015	Confúcio Moura	Lei Complementar nº 827, de 15 de julho de 2015.	É criada a Superintendência Estadual de Comunicação (SECOM), sem impacto financeiro graças ao aproveitamento da estrutura do antigo Departamento de Comunicação (Decom).
2017	Confúcio Moura	Lei nº 4.158, de 24 de outubro de 2017.	Dispõe sobre a utilização exclusiva do Brasão de Armas do Estado de Rondônia.
2017	Confúcio Moura	Lei Complementar nº 965, de 20 de dezembro de 2017.	Estabelece as competências da Superintendência de Comunicação do Governo do Estado de Rondônia.

Fonte: DITEL – Rondônia (2019).

Nesse entendimento, verifica-se que apesar da manutenção básica das atividades inerentes à comunicação, seja como departamento, secretaria ou subdivisão, as normativas que regeram as práticas da comunicação pública do estado de Rondônia foram, gradativamente, aperfeiçoando-se e colaborando para o desenvolvimento do Estado.

Entre todas as normativas destacam-se as seguintes leis e decretos:

- Lei nº 161, de 21 de setembro de 1987: determinou o exercício dos cargos, funções ou empregos de Coordenador de Comunicação Social, de Assessor de Imprensa ou equivalentes, por jornalistas profissionais ou provisionados.
- Decreto Estadual nº 17.690, de 04 de abril de 2013: dispôs sobre ações necessárias à comunicação governamental.
- Lei Complementar nº 827, de 15 de julho de 2015: criou a Superintendência Estadual de Comunicação (SECOM), a partir da reestruturação técnica e financeira do antigo Departamento de Comunicação (Decom).
- Lei Complementar nº 965, de 20 de dezembro de 2017: estabeleceu as competências da Superintendência de Comunicação do Governo do Estado de Rondônia.

Além desses decretos e leis, é de suma importância discorrer a respeito da Lei nº 4.158, aprovada e sancionada em 24 de outubro de 2017 pela Assembleia Legislativa de Rondônia, que dispõe sobre a utilização exclusiva do Brasão de Armas do Estado como símbolo oficial do Governo do Estado. Em seu artigo 1º, a Assembleia Legislativa decreta e o Governador sanciona a Lei:

Art. 1º. Fica instituída a utilização exclusiva do Brasão de Armas do Estado de Rondônia em cerimônias oficiais, documentos e bens públicos estaduais

móveis e imóveis, incluídos veículos, equipamentos, urbanos, sinalização de logradouros, placas, painéis e cartazes sinalizadores ou informativos de obras públicas estaduais (GOVERNO DE RONDÔNIA, 2017).

Nesse artigo institui-se o uso exclusivo do Brasão de Armas do Estado de Rondônia em diversas manifestações públicas do governo. O artigo 2º estabelece que a Superintendência Estadual de Comunicação (SECOM) fiscalizará o adequado uso e aplicação desse símbolo nos expedientes e materiais publicitários (GOVERNO DE RONDÔNIA, 2017).

O art. 3º normatiza que é permitida a veiculação desse símbolo com a identificação e mensagem de programa, projeto ou ação governamental, como meio de orientação à população das atividades desenvolvidas e estímulo ao sentimento de bem-comum (GOVERNO DE RONDÔNIA, 2017).

O art. 4º determina que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ser de caráter educativo, informativo ou de orientação social, sem a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (GOVERNO de RONDÔNIA, 2017).

O art. 8º autoriza os Poderes, os Órgãos e as Instituições do Estado a utilizarem o Brasão de Armas do Estado de Rondônia como símbolo oficial, tal como o Governo do Estado, em cumprimento ao princípio da Administração Pública da impessoalidade, que estabelece o dever da imparcialidade na defesa do interesse público, impedindo discriminação, privilégio ou promoção a particulares no exercício da função administrativa, conforme art. 2º, parágrafo único, III, da Lei nº 9.784/99.

Apresenta-se, a seguir, o Brasão do Estado de Rondônia, emblema heráldico e um dos símbolos oficiais do Estado de Rondônia.

Figura 02 – Brasão de Armas do Estado de Rondônia



Fonte: Manual de Marca (2019).

O Brasão de Armas, considerado legalmente como um dos símbolos oficiais do Estado de Rondônia, foi criado por Marco Aurélio do Nascimento, em 1980, e adotado em 1981. Tem como elementos constituintes os principais símbolos culturais do Estado. Para melhoria nas ações de comunicação pública, torna-se necessário que os conteúdos divulgados pelos canais de comunicação do Governo do Estado de Rondônia sejam analisados, a fim de verificar o efetivo cumprimento do estabelecido nos decretos elencados até aqui e às características fundamentais de uma comunicação pública efetiva para o desenvolvimento regional, de acordo com o que teorizam os autores da área.

4.3 Análise dos dados

Esta subseção descreve os dados que compõem a análise desta pesquisa. O método de análise de conteúdo foi aplicada às notícias publicadas nos portais web da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Rondônia (EMATER-RO), da Secretaria de Estado de Agricultura (SEAGRI-RO), Secretaria de Estado de Desenvolvimento Ambiental (SEDAM-RO) e do Governo do Estado de Rondônia, entre março de 2017 a março de 2018.

A análise dos dados desta pesquisa foi dividida em três partes. A primeira traz a categorização das notícias que compõem o *corpus* da pesquisa quanto à natureza, conforme o estabelecido por Duarte (2007) quando diz que as informações dentro do âmbito da comunicação pública podem ser classificadas ou agrupadas em sete categorias, conforme mostra o Quadro 1 (p.21).

O corpus, assim delimitado, é composto por 156 notícias publicadas nas páginas web, coletadas em seções de caráter permanente e que apresentam as ações das instituições selecionadas. A análise foi realizada a partir da coleta de uma notícia por semana, alternando o dia da semana. Dessa forma, cada instituição teve 52 notícias analisadas, totalizando 156 notícias analisadas. Os dados coletados foram tabulados em forma de gráficos e tabelas eletrônicas, que exibem visualmente a classificação das notícias quanto à sua natureza, conforme o Quadro 2 (p.58), e ao grau de atendimento às características estabelecidas por Zémor (1995) e Duarte (2011).

A segunda parte da análise versa sobre o grau de atendimento aos quesitos estabelecidos por Duarte (2011) e Zémor (1995). As notícias publicadas nos portais eletrônicos das instituições aqui pesquisadas foram analisadas individualmente nesses quesitos, recebendo uma pontuação que varia entre 00; 01; 02; 03; 04, para verificação do nível de atendimento aos princípios teorizados. A partir das pontuações das notícias foi possível mensurar se o canal de comunicação da instituição realiza ou não o que aqui se discute como comunicação pública.

A terceira e última parte trata da análise dos conteúdos veiculados pelas notícias. A amostra, assim delimitada, é composta por 52 notícias de cada uma das instituições, coletadas tanto em seções de caráter permanente, que apresentam as ações e políticas públicas, quanto em seções noticiosas, que têm o caráter de atualidade jornalística.

A análise de conteúdo, de acordo com Stemler (2010), configura-se como método/técnica usada para a codificação de itens, geralmente textos, em categorias de conteúdo, obedecendo a regras de codificação previamente e explicitamente estabelecidas, possibilitando que grande quantidade de dados seja categorizada com facilidade, oferecendo um panorama do conjunto de informações relevantes e manejáveis. De acordo com Weber (1990, p.5), esse método é uma técnica de pesquisa que possibilita “inferências replicáveis e válidas de textos (ou de outras matérias significativas) para os contextos de seu uso”.

Além disso, a análise de conteúdo não foi utilizada somente como método de análise explicativa, mas também como ferramenta para “estabelecer e organizar uma comparação entre diferentes textos”. Tal técnica de análise de conteúdo é denominada por Bardin (2011, p.11) como análise categorial, realizada pelo

desmembramento do objeto de estudo em categorias “segundo reagrupamentos analógicos” .

Esses agrupamentos são uma operação de classificação dos elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero (analogia) com os critérios previamente definidos. O Quadro 5 mostra o quantitativo de notícias produzidas pelas instituições em seus respectivos canais de comunicação oficial, considerando o recorte temporal realizado nesta pesquisa, que abrange o período de março de 2017 a março de 2018.

Quadro 5 - Notícias dos sites eletrônicos da EMATER, SEAGRI E SEDAM de março de 2017 a março de 2018

ANO	MÊS	EMATER	SEAGRI	SEDAM	TOTAL
2017	Março	10	11	11	32
	Abril	05	08	13	26
	Maio	19	45	17	81
	Junho	05	07	08	20
	Julho	09	08	06	23
	Agosto	07	05	06	18
	Setembro	06	10	04	20
	Outubro	07	06	01	14
	Novembro	10	09	05	24
	Dezembro	04	10	01	15
2018	Janeiro	01	13	05	19
	Fevereiro	02	04	02	08
	Março	08	06	07	21
TOTAL	12 meses	93	142	81	316

Fonte: EMATER, SEAGRI e SEDAM (2017/2018).

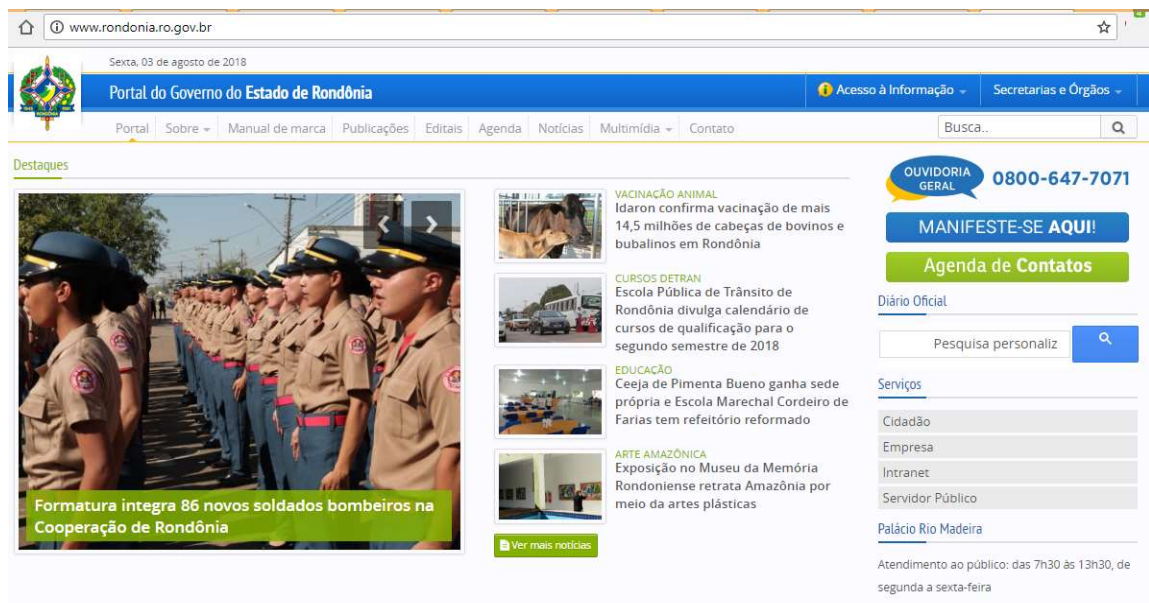
Conforme destaca o Quadro 5, durante o período pesquisado as três instituições produziram juntas 316 notícias em seus respectivos canais de comunicação. Desse universo de amostras, cada instituição teve 52 notícias analisadas: uma produzida por semana, totalizando 156 notícias. Para fins de análise foi escolhida uma notícia por semana, variando o dia da semana a ser coletada, portanto, as notícias selecionadas foram publicadas em dias da semana diferentes e em semanas diferentes. Os dias de sábado e domingo não foram considerados nesse cálculo.

4.3.1 Categoria 1: Análise dos Portais

4.3.1.1 Portal Oficial do Governo do Estado de Rondônia

O Governo do Estado de Rondônia disponibiliza um portal individualizado que reúne todos os outros sites das secretarias e entidades a ele subordinado. O funcionamento se dá como um grande guarda-chuva, em que o site www.rondonia.ro.gov.br reúne todos os outrossites integrados ao do governo. As imagens a seguir foram retiradas dos respectivos canais de comunicação e analisadas tanto da perspectiva descritiva quanto da perspectiva do atendimento ao estabelecido como comunicação pública por Zémor (1995) e Duarte (2007).

Figura 03 – Página inicial do site do governo do estado de Rondônia



Fonte: rondonia.gov.br (2019)

Como se vê na Figura 04, o portal oficial do Governo de Rondônia possui abas informativas que direcionam o público às páginas mais específicas. No canto superior direito há a aba secretarias e órgãos, que possibilita o acesso, com um clique, diretamente à página das secretarias e demais entidades. Em posição de destaque encontram-se notícias de interesse amplo, como vacinação de gado, cursos ofertados e mostras de arte, apresentando os serviços públicos e/ou setor público à população.

Figura 04 – Página oficial do Governo de Rondônia no Facebook



Fonte: facebook.com/governoderondonia (2019).

De acordo com a rede social, a página @governoderondonia conta atualmente com 104.421 seguidores, internautas que acompanham as principais notícias e eventos em tempo real.

Na Figura 05 vê-se a principal foto da página, em atendimento ao aspecto comunicacional do desenvolvimento de ações e interesses coletivos. O governo de Rondônia conta, ainda, com perfis na rede social *Twitter* (@Governo RO), atualmente com 9.593 seguidores. Nesse canal são realizadas postagens de até 140 caracteres e que replicam as notícias publicadas no site oficial, que basicamente comunica as ações de interesse coletivo, conforme Zémor (1995) e Duarte (2007) preceituam.

Figura 05 – Página inicial do Governo de Rondônia no Twitter



Fonte: twitter/governoRo (2019).

Além do Twitter, o governo também tem um perfil na plataforma de vídeos YouTube (<https://www.youtube.com/user/GovernoRO>) desde o dia três de abril de 2011, onde são publicados vídeos de curta duração referentes às ações principais do governo. Atualmente com 1.618 inscritos no canal, esses vídeos também servem como material de divulgação das outras instituições e são veiculados em todas as redes sociais oficiais do governo, conforme Figura 06.

Figura 06 – Canal do Governo de Rondônia no Youtube



Por fim, o governo rondoniense tem, também, um perfil oficial no Instagram (@governoro), rede social em que é possível a postagem de imagens de cunho apenas informativo, apresentando os serviços e setores públicos à população, tal como elucidam Zémor (1995) e Duarte (2007). As postagens são replicadas do site oficial e tem bom alcance dos demais usuários da rede. Atualmente, já foram realizadas 1.480 publicações direcionadas a 5.150 seguidores que acompanham o perfil (Figura 07).

Figura 07 – Perfil do Governo de Rondônia no Instagram



4.3.1.2 Portal da Transparência do Governo do Estado de Rondônia

O Portal da Transparência do Governo do Estado de Rondônia é uma iniciativa do Observatório da Despesa Pública de Rondônia (ODP-RO), órgão ligado à Controladoria Geral do Estado, que tem como objetivo promover aos cidadãos o controle social e disponibilizar dados e informações públicas, oferecendo um

mecanismo para solicitação de informações definidas pela Lei Federal 12.527, de 18 de novembro de 2011.

O acesso à informação pública é entendido como um direito fundamental ao exercício da cidadania, para o qual a Lei de Acesso à Informação foi promulgada, contemplando o princípio constitucional do direito ao acesso à informação.

Em Rondônia, esse acesso foi regulamentado pela Lei nº 3166, de 27 de agosto de 2013, e pelo Decreto nº 17.145, de 1º de outubro de 2012, que atribuem à Controladoria Geral a coordenação e o monitoramento do Portal da Transparência.

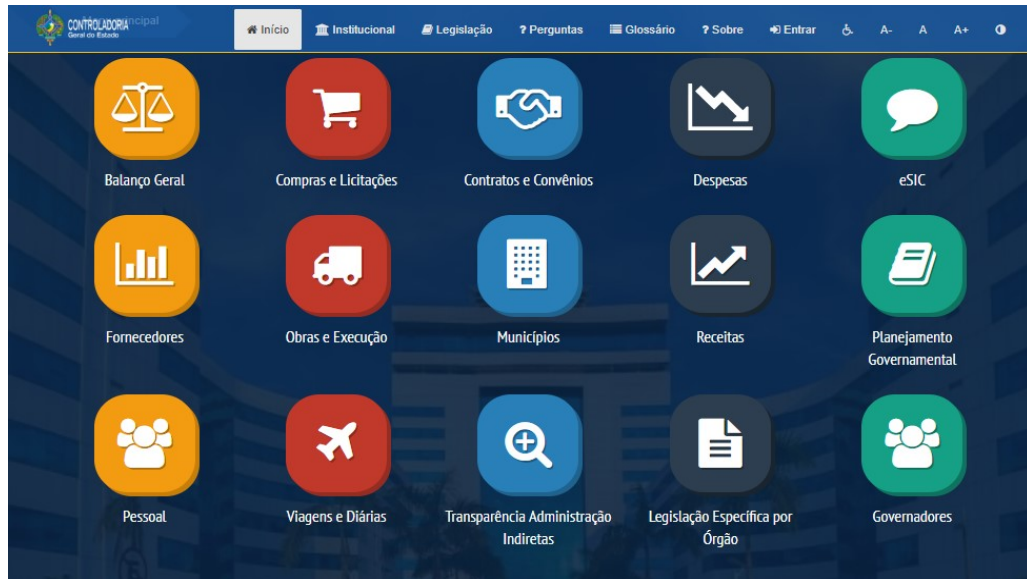
De acordo com o que preceitua a Lei de Acesso à Informação, ao criar o Portal da Transparência o governo atende ao direito fundamental previsto no inciso XXXIII do art. 5º da Constituição Federal, que afirma que “todos têm direito de receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral”. Além disso, o § 7º do art. 37 da Constituição prevê o acesso a informações privilegiadas, e o art. 216, § 2º, atribui à Administração Pública a gestão da documentação governamental e as providências para franquear sua consulta.

O Portal da Transparência de Rondônia dispõe de dados e informações dos poderes do Estado referentes a: receitas ou arrecadação; despesas com pessoal; despesas com diárias de viagens; convênios; compras, aquisições e contratos; planejamento, gestão e resultados; informações socioeconômicas e prestação de contas do governador. Traz, também, a Lei de Acesso à Informação.

Atualmente têm à frente de sua gestão os chefes da Controladoria Geral do Estado, da Coordenadoria Transparência Passiva/e-SIC e da Coordenação Transparência Ativa. Além disso, tem em sua página inicial abas que fornecem informações referentes à legislação, perguntas, glossário e sobre o site.

Apesar dessas opções, não verifica-se indução à relação entre cidadãos e governo, conformeteorizam Zémor (1995) e Duarte (2007) quando afirmam que é necessário, para a comunicação pública, a indução e qualificação da relação entre gestão e execução dos serviços públicos. Há, apenas entrega de informações, que muitas vezes é realizada de forma inacessível (seja pela linguagem ou pela disposição de gráficos e múltiplos documentos) e inquestionável, por não existir meio de interação.

Figura 08 – Portal da Transparência do Estado de Rondônia



Fonte: transparência.ro.gov.br (2019).

Apesar da instituição legal do Portal da Transparência como uma conquista à democracia que deveria beneficiar a participação da sociedade na gestão dos acontecimentos da Administração Pública, tal avanço se deu apenas pelo devido cumprimento legal. No caso da Figura 8, a transparência tem fundamental importância no combate à corrupção, induzindo maiores responsabilidades aos gestores públicos e divulgando as ações administrativas aos cidadãos, pesquisadores e meios de comunicação.

Para fins de consulta, toda pessoa física ou jurídica pode solicitar informações às instituições do Poder Executivo. É necessário somente o acesso ao Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão (e-SIC) (www.esic.cge.ro.gov.br) ou ir pessoalmente ao SIC, localizado no TUDO AQUI, no centro da capital rondoniense.

O direito ao acesso à informação se dá a partir do momento em que as instituições públicas, pelos seus canais de comunicação “organizam seus arquivos, tanto em meio físico como no virtual; divulgam esses espaços e serviços; e possibilitam à sociedade, por meio da organização, comunicação e mediação dialógica, a apropriação de todos esses recursos”(BATISTA, 2012, p. 217). Nesse caso, verifica-se tão somente a existência de comunicação unilateral e não dialógica.

4.3.1.3 Secretaria de Agricultura do Estado de Rondônia (SEAGRI)

A Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Regularização Fundiária (SEAGRI) é o órgão rondoniense responsável pelo setor produtivo no estado. A Lei Complementar nº 468, de 21 de julho de 2008, determinou a criação dessa Secretaria e a incumbência da promoção do desenvolvimento agropecuário e da regularização fundiária de Rondônia.

De acordo com essa lei, a SEAGRI tem a função de promover o desenvolvimento agropecuário, pesqueiro, florestal, agroindustrial e de regularização e ordenamento territorial do estado. Estão vinculadas à SEAGRI: a Agência de Defesa Sanitária Agrosilvipastoril do Estado de Rondônia (IDARON); o Conselho Estadual de Desenvolvimento Rural Sustentável (CEDRS); e o Fundo Estadual de Desenvolvimento e Fortalecimento da Agricultura Familiar (FEDAF).

Segundo o site da instituição, a missão da SEAGRI é “promover políticas públicas de excelência para garantir o desenvolvimento inclusivo e sustentável, por meio da cooperação”. A comunicação pública da SEAGRI é realizada por sua assessoria de imprensa, que dirige o site institucional localizado em <http://www.rondonia.ro.gov.br/seagri>.

O site possui abas principais, a exemplo do “Sobre a SEAGRI”, que traz informações referentes às competências, missão, organograma, quem é quem, quem somos; institucional, que mostra boletim informativo, calendário de feiras e exposições; e a subaba ‘Fale como Secretário’, que exibe um número de celular que possibilita a comunicação direta com o secretário da pasta.

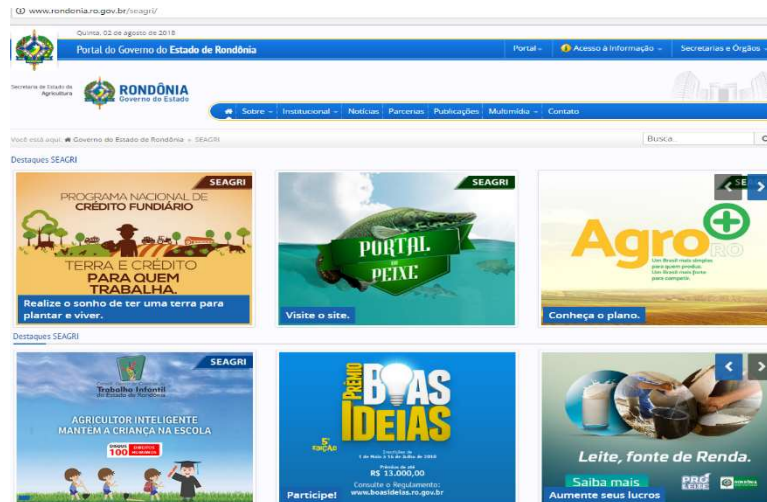
A aba ‘Notícias’ mostra cronologicamente as notícias pertinentes à Secretaria; a aba ‘Multimídia’ traz arquivos, fotos e vídeos; a aba ‘Publicações’ mostra boletins mensais das atividades desenvolvidas pela instituição; a aba ‘Contato’ mostra os contatos da instituição, tais como telefones e *e-mails* do gabinete e das diretorias da Secretaria, além de contatos da assessoria de imprensa.

Nas laterais da página há menção a diversas palavras-chaves que podem ajudar o visitante na localização de alguma informação referente a concursos, convênios, comunicação interna, entre outras, e um número do telefone 0800 de contato da Ouvidoria Geral da Secretaria.

Na página inicial, a aba ‘Destques da SEAGRI’ tem maior visibilidade por abrigar *banners* integrados ao portal principal dos projetos e ações de maior visibilidade e complexidade que estão diretamente ligados à Secretaria, tais como projetos, prêmios e políticas públicas do campo da agricultura, em que são

apresentados serviços e/ou órgãos públicos, como preceitua Zémor (1995) e Duarte (2007).

Figura 09 – Página Inicial do site da SEAGRI



Fonte: seagri.ro.gov.br (2019).

Além do site institucional, a Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Regularização Fundiária criou, em 17 de março de 2011, uma página institucional na rede social *Facebook*, como se vê na Figura 10, denominada SEAGRI RO, disponível no endereço <facebook.com/secretariadeagriculturarondonia>, que recebe postagens diárias com informações pertinentes à Secretaria.

Figura 10 – Página Institucional da SEAGRI no Facebook



Fonte: facebook.com/seagrirondonia (2019).

4.3.1.4 Secretaria de Estado do Desenvolvimento Ambiental (SEDAM)

A Secretaria de Estado de Desenvolvimento Ambiental (SEDAM) foi instituída em 19 de março de 1991 pela Lei Complementar nº 42 e reformulada pela Lei

Complementar nº 827, de 15 de julho de 2015. Tem como função a formulação e execução de políticas voltadas ao desenvolvimento ambiental rural e urbano, fiscalizando e normatizando as atividades relacionadas à qualidade de vida, ao ambiente e aos recursos naturais, bem como promover a gestão das unidades de conservação do Estado de Rondônia.

A missão da SEDAM é salvaguardar a sustentabilidade dos recursos ambientais com políticas públicas, buscando o equilíbrio entre o desenvolvimento econômico e social para alcançar uma boa qualidade de vida. A comunicação pública da SEDAM é realizada por um departamento de comunicação social que atua no site institucional www.sedam.gov.br (Figura 11); na aba Deixe uma mensagem (Figura 12); na Ouvidoria Ambiental (Figura 13); e na página institucional no Facebook (Figura 29).

O site traz o histórico da criação e estruturação da Secretaria, além das seguintes abas: Intranet: permite obter serviços, como consultas de processos internos e contracheque; Legislação: oferece ao visitante as leis, resoluções e normativas da área ambiental; Download: disponibiliza mapas e informativos; Contatos: traz telefones e e-mails dos dirigentes da instituição; eFale com o Secretário: permite enviar uma mensagem ao dirigente da pasta.

Figura 11 – Página Inicial do site da SEDAM



Fonte: sedam.gov.br (2019).

A Figura 11 mostra a tela inicial do site institucional da SEDAM, que tem, no canto inferior direito, uma caixa de diálogo com a mensagem 'Deixe uma Mensagem'. Um clique nessa opção faz abrir a caixa de mensagem, mostrada na Figura 29, que possibilita a comunicação com a Secretaria. Conforme Zémor (1995)

e Duarte (2007), é importante para a comunicação pública o diálogo entre governo e cidadãos para melhoria das políticas públicas e da gestão administrativa. Apesar disso, verifica-se no print da tela,(Figura 12), que “não há agentes disponíveis agora para atender a sua chamada. Por favor, deixe uma mensagem e nós entraremos em contato em breve”.

Figura 12 – Aba Deixe uma Mensagem



Fonte: sedam.gov.br (2019).

Durante a realização dessa pesquisa, foi deixada neste canal uma mensagem requerendo dados sobre essa secretaria mas até a elaboração final dessa pesquisa, não se obteve retorno, fazendo compreender que o canal existe mas não dialoga com o cidadão. Além desse recurso, a Figura 13 mostra a tela ‘Fale com o Secretário’, que possibilita enviar, em um formulário a ser preenchido com informações pessoais, uma mensagem ao Secretário.

Figura 13 – Aba Fale com o Secretário da SEDAM



Fonte: sedam.gov.br. (2019).

A SEDAM tem ainda a Ouvidoria Ambiental, divisão responsável por:

I - receber, apurar a procedência e encaminhar consultas, críticas, denúncias, elogios, reclamações, solicitações, sugestões ou demais manifestações que lhe forem dirigidas por pela sociedade em geral; II – zelar pela legalidade, legitimidade, impessoalidade, moralidade e eficiência dos serviços prestados à sociedade pela Secretaria de Estado do Meio Ambiente; III – realizar

inspeções para averiguar fatos relacionados às manifestações registradas; IV - propor soluções aos problemas detectados e informar ao público usuário os procedimentos adotados no âmbito da Sedam; V – sugerir medidas de aprimoramento da prestação dos serviços da Sedam, com base nas sugestões e demais manifestações recebidas. VI - acompanhar as providências adotadas pelos setores competentes, garantindo o direito de resolatividade e mantendo o(s) interessado(s) informado(s) do trâmite dos processos;VII – fazer divulgar os serviços prestados à sociedade; exercer outras competências relativas à natureza do órgão; VIII - encaminhar semestralmente ao Secretario (a) o relatório das atividades praticadas (SEDAM, 2019).

À Ouvidoria Ambiental é dada uma tônica meramente propositiva, com o oferecimento de contatos entre o cidadão e a instituição, seja por telefones fixos, telefones celulares, *e-mails*, site institucional e a página institucional na rede Facebook (Figura 14).

Figura 14 – Página Institucional da SEDAM no Facebook



Fonte: facebook.com/sedamro (2019).

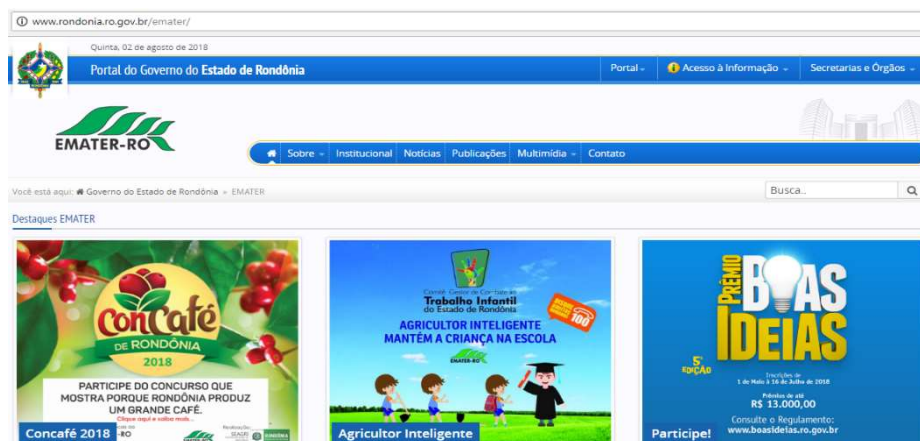
A página denominada Secretaria de Estado do Desenvolvimento Ambiental foi criada em 9 de março de 2015 e recebe significativa aceitação do público, considerando que publica diariamente notícias relacionados ao meio ambiente em épocas de queimada, como se pode ver na Figura 14. A imagem principal da página é referente às queimadas, fenômeno comum na região.

4.3.1.5 Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER)

A Empresa Estadual de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Rondônia (EMATER-RO), com autonomia jurídica, administrativa, orçamentária e financeira, integrante da Administração Indireta do Estado de Rondônia, foi transformada pela Emenda Constitucional 84, datada de 24 de abril de 2013, e regularizada pela Lei 3.138, de 05 de julho de 2013, e pela Lei 3.308, de 19 de dezembro de 2013. Tem como papel na sociedade a prestação de serviços de assistência técnica e extensão rural com excelência.

Suas ações são desenvolvidas de modo educativo, participativo, para e com os agricultores familiares, atores do desenvolvimento e suas organizações, com uma visão holística da propriedade; buscando a integração e complementaridade dos fatores de produção, valendo-se, para isso, das novas metodologias, técnicas e ferramentas participativas, objetivando o desenvolvimento humano, social e econômico sustentável. No que se refere à comunicação pública na assistência técnica no Estado de Rondônia, analisam-se, a seguir, os conteúdos dos canais de comunicação da EMATER-RO. O site eletrônico dessa empresa foi criado em 2010 e pode ser acessado pelo endereço www.rondonia.ro.gov.br/emater.

Figura 15 – Site da EMATER - RO



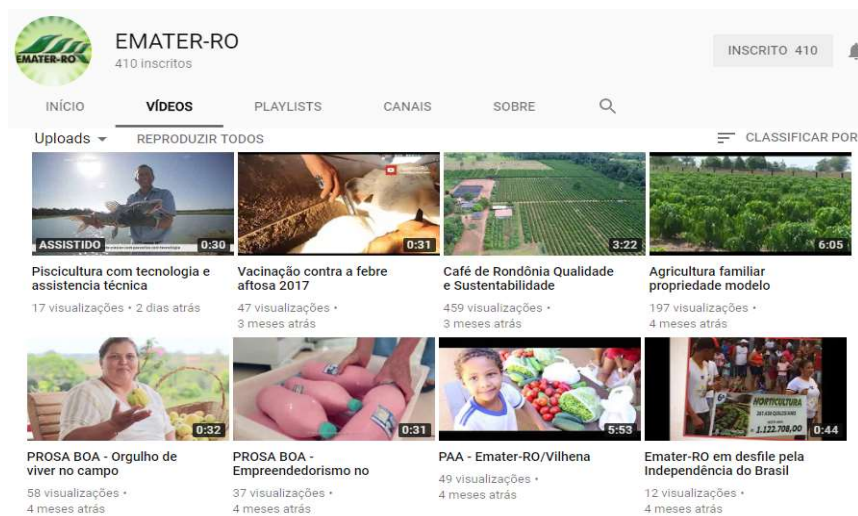
Fonte: Site Oficial (2019).

O site possui abas de conteúdo com informações da história, constituição e estrutura da Instituição. Há outras abas, que mostram informações dos projetos prioritários, relatórios anuais, serviços prestados e o campo da comunicação institucional desenvolvida aos assistidos. Conforme teorizam Zémor (1995) e Duarte (2007), esse canal de comunicação deveria desenvolver ações de interesse coletivo, induzir e estimular a cidadania consciente, ativa e solidária, contudo, apenas oferece

dados, não se propondo a receber ou considerar informações de seus cidadãos/público.

Além do site institucional, a EMATER tem um canal na plataforma do YouTube em que estão hospedados vídeos de divulgação produzidos pela Assessoria de Comunicação da Secretaria de Agricultura (SEAGRI) das ações desenvolvidas pela EMATER. A TV EMATER está disponível desde 10 de fevereiro de 2015, como pode ser visto a seguir.

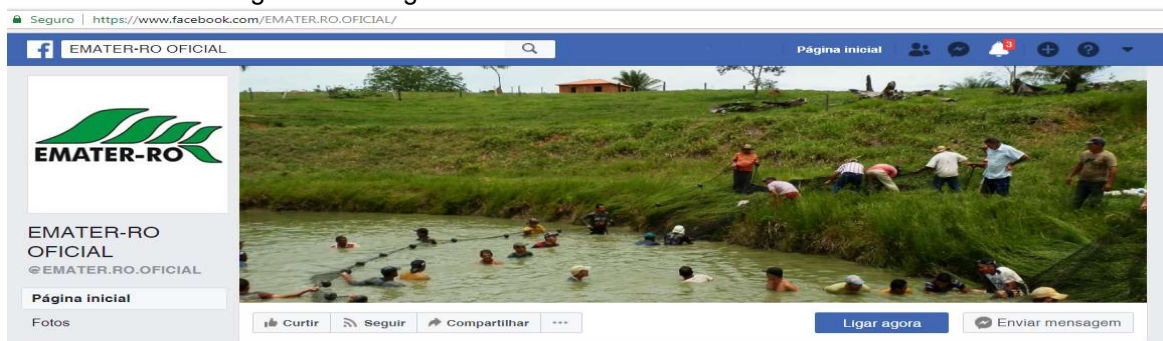
Figura 16 – TV EMATER



Fonte: YouTube (2019).

No cenário comunicacional da atualidade, as redes sociais e os instrumentos digitais se configuram como mecanismos de incentivo à comunicação pública na medida em que ampliam a eficiência e a eficácia dos serviços de informação, permitindo o acesso às informações até então mais lentas na divulgação e estabelecendo um novo modo de comunicação com os cidadãos (SCHRAMM, 1970).

Figura 17 – Página Institucional da EMATER no Facebook



Fonte: facebook.com/ematerro (2019).

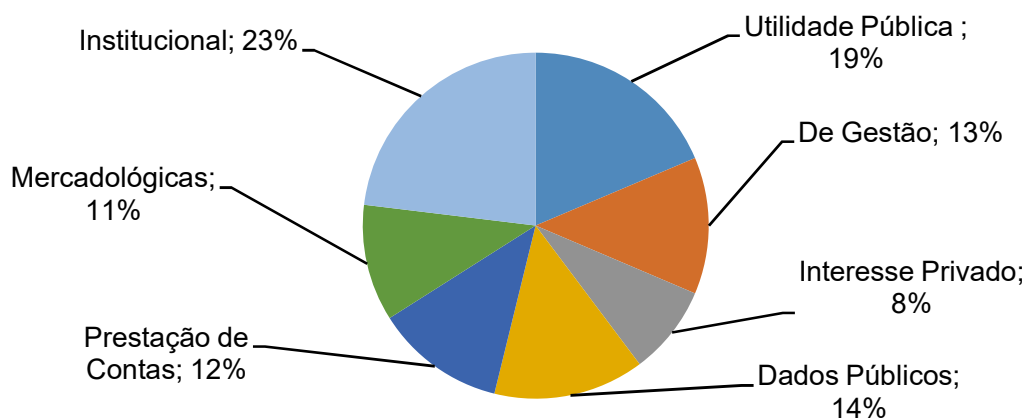
A EMATER – Rondônia tem uma página no Facebook, criada em 01 de fevereiro de 2012, que divulga notícias, vídeos e publicações com relevância para a população do campo, apresentando os serviços públicos e promovendo a valorização do interesse público, de acordo com Zémor (1995) e Duarte (2007).

4.3.2 Categoria 2: Quanto à natureza

Para o cumprimento dos objetivos estabelecidos nesta pesquisa, os dados coletados foram analisados, por meio de análise categorial, conforme estabelece Bardin (2011), quando afirma ser um desmembramento do texto em categoriais agrupadas analogicamente. Nesse sentido, as notícias foram agrupadas no que se refere à sua natureza.

Para a elaboração de cada grupo, foram utilizados os parâmetros estabelecidos por Duarte (2011), que elenca sete categorias que compõem o campo da comunicação pública. O processo de coleta das notícias e a divisão em categorias objetiva promover a análise profunda de inferências dos conhecimentos no âmbito da produção do material, na recepção e seus indicadores. A partir do *corpus* da pesquisa, composto por 156 notícias, chegou-se à primeira classificação, como se vê no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Natureza das notícias conforme Duarte (2011)



Fonte: elaborado pela autora (2019).

A partir do Gráfico 2 visualiza-se que dentro das categorias estabelecidas por Zémor (1995) e Duarte (2011), a maioria das notícias aqui analisadas (**23%**, equivalente a **36 notícias**) tratam temas de caráter **institucional**, já que se referem,

basicamente, ao papel, responsabilidades e funcionamento das organizações; ao aparato relativo à estrutura, políticas, serviços, responsabilidades e funções dos agentes públicos, poderes, esferas governamentais, entes federativos, entidades, além dos direitos e deveres do cidadão (DUARTE, 2011).

- **19%**(equivalente a 29 notícias) são de **utilidade pública**, pois tratam de temas relacionados ao cotidiano dos cidadãos. A maioria é de cunho orientacional e de oferta de serviços à população;

- **13%** (equivalente a 20 notícias) são classificadas como de **gestão**, considerando que se referem aos processos de decisão e/ou de ação dos agentes públicos que atuam frente às instituições analisadas nesta pesquisa;

- **8%** (equivalente a 13 notícias) são de **interesse privado**, já que tratam questões individuais do cidadão, da empresa ou instituição;

- **14%** (equivalente a 22 notícias) são classificadas como **dados públicos**, por conter informações sobre o controle do Estado e o conjunto da sociedade, bem como o seu funcionamento;

- **12%** (equivalente a 19 notícias) são de **prestação de contas**, uma vez que explicam decisões políticas e decisões que envolvem os recursos públicos;

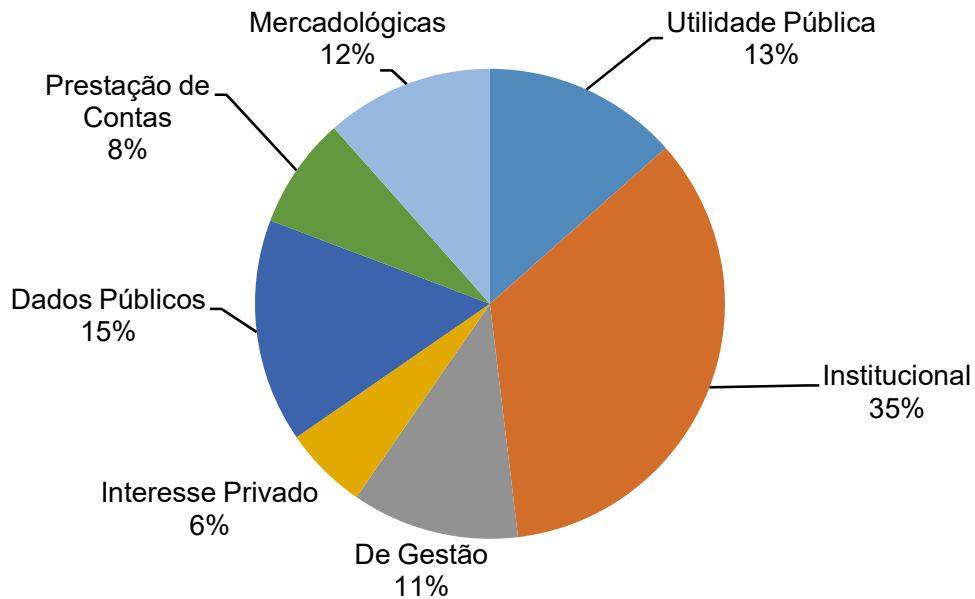
- **11%** (equivalente a 17 notícias)são consideradas de natureza **mercadológica**, por se referirem a produtos e serviços que participam de concorrência no mercado, conforme teoriza Duarte (2011).

A atividade de comunicação, quando desempenhada pelo Estado, deve obedecer aos limites de atuação impostos a qualquer atividade da administração pública, que difere da administração particular de bens individuais, visto que tem a competência de gerir recursos pertencentes a toda a sociedade. Meirelles (2012) esclarece que esta atuação segue preceitos do Direito e da Moral que abrangem pessoas e órgãos governamentais, conforme observado, que a maioria das notícias analisadas tratam de caráter institucional.

O objetivo exclusivo da Administração Pública deve ser o alcance do bem comum, do interesse público, pois “se dele o administrador público se afasta ou desvia, trai o mandato de que está investido, porque a comunidade não institui a Administração senão como meio de atingir o bem-estar social”, de acordo com Meirelles (2012, p. 81).

O Gráfico 3 mostra a natureza das notícias da EMATER analisadas nesta pesquisa. Das 52 notícias divulgadas pela Instituição, 35% (equivalente a 18 notícias) estão voltadas ao caráter institucional, porque são referentes ao papel, às responsabilidades e ao funcionamento das organizações.

Gráfico 3– Natureza das notícias da EMATER conforme Duarte (2011)



Fonte: elaborado pela autora (2019).

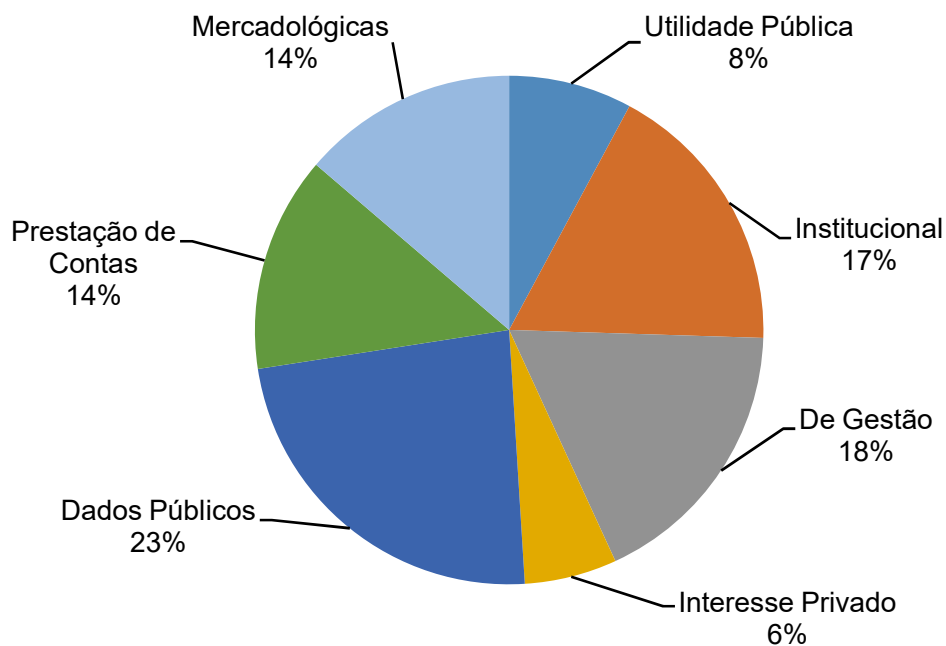
Há de destacar alguns títulos das notícias da EMATER analisadas, tais como na categoria institucional, que segundo Duarte (2011), deve tratar sobre o aparato da estrutura, serviços, responsabilidades e funções dos agentes públicos: “Tudo Aqui Móvel encerra 2017 com atendimento em mais seis localidades de Rondônia”.

Na categoria utilidade pública (13% ou, numericamente, 7 notícias), que discorre sobre temas do cotidiano das pessoas, encontrou-se uma manchete como a exemplificada: “Agricultores de Pimenteira do Oeste discutem ações que minimizem os efeitos da seca sobre o rebanho leiteiro”, aspecto no qual estão em debate as causas sociais, as informações sobre serviços públicas e a disponibilidade;

A categoria dados públicos (15% ou 8 notícias) também possui representação por meio de uma manchete “Lei autoriza agricultores a renegociarem suas dívidas de crédito rural com desconto”, categoria na qual informações de controle do Estado e que dizem respeito sobre o conjunto da sociedade e seu funcionamento, ainda nas palavras de Duarte (2011).

O Gráfico 4, a seguir, traz a natureza das notícias da SEAGRI, conforme Duarte (2011). No conjunto de 52 notícias analisadas, oriundas do canal de comunicação da SEAGRI, 23% (ou 12 notícias) fazem referência a dados públicos ao veicular informações de controle do Estado e que dizem respeito ao conjunto da sociedade e ao seu funcionamento.

Gráfico 4 – Natureza das notícias da SEAGRI conforme Duarte (2011)



Fonte: elaborado pela autora (2019).

Entre as notícias da SEAGRI que foram analisadas, verifica-se manchetes encontradas como “Sanidade animal e boas práticas na produção e abate garantem exportação da carne de Rondônia para mais de 40 países”. Da categoria das notícias de gestão, 18% (equivalente a 9 notícias), tratam sobre os processos decisórios e de ação dos agentes atuantes em temas de interesse público (DUARTE, 2011).

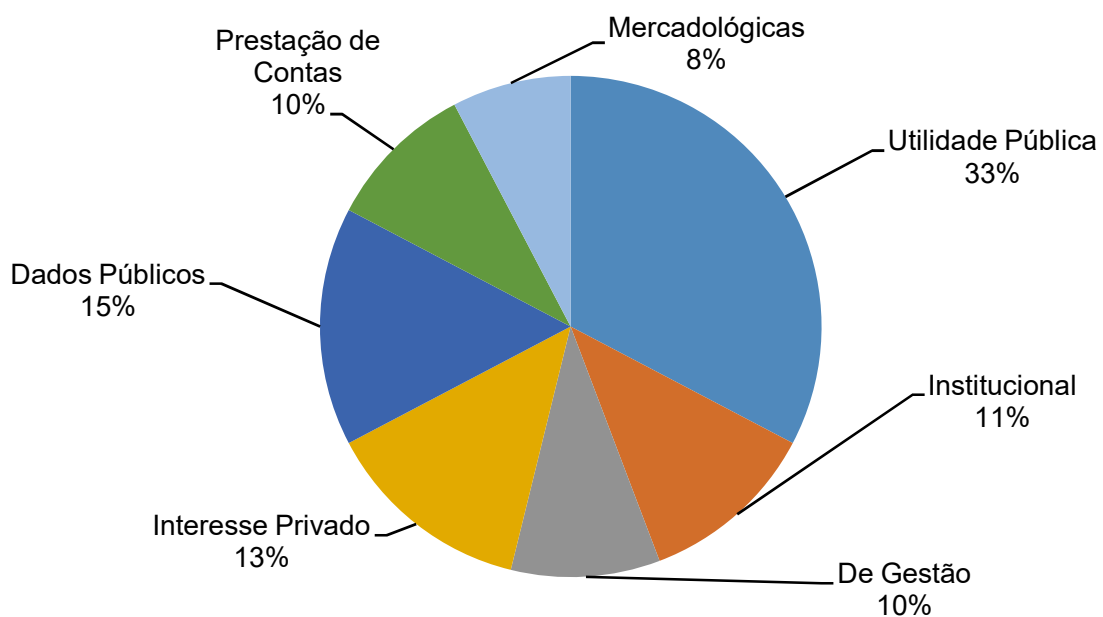
Na categoria mercadológica, 14% ou, numericamente 7 notícias, reúnem notícias sobre produtos e serviços que participam de concorrência no mercado, é possível menção a manchete “Reabertura da importação de carne por Hong Kong traz otimismo à cadeia produtiva de Rondônia”.

A categoria institucional, 17% ou 9 notícias, reúnem notícias que tratam das responsabilidades e funções de agentes públicos, poderes, esferas governamentais, entes federativos, entidades, além dos direitos e deveres do cidadão, a exemplo da

manchete “Com Recursos do Pacto Federativo, Seagri faz nova entrega de computadores à Emater-RO”.

Já o Gráfico 5, a seguir, traz a natureza das notícias da SEDAM (DUARTE, 2011), mostrando a natureza das notícias produzidas pela SEDAM durante o período analisado. Das 52 notícias desse conjunto, 33% (ou 17 notícias) foram dedicadas à temática da utilidade pública, que trata temas cotidianos da população geralmente relacionados a serviços e orientações.

Gráfico 5– Natureza das Notícias da SEDAM conforme Duarte (2011)



Fonte: elaborado pela autora (2019).

Na SEDAM, verifica-se que há grande incidência de notícias de utilidade pública (33%), segundo Duarte (2011), representa as notícias referentes ao cotidiano da população, geralmente por meio de informações sobre serviços à população, causas sociais e campanhas a exemplo da manchete “Seminário discutirá importância do Dia Mundial da Água em Porto Velho”.

Ainda nessa instituição, as notícias de categoria dos dados públicos 15% (8 notícias), que de acordo com Duarte (2011), compreendem as notícias sobre controle do Estado também representam uma parcela das notícias analisadas, a exemplo da manchete “Começa neste sábado período de restrições à extração de madeira em Rondônia”.

A categoria gestão a também é significativa dentre das notícias publicadas pela SEDAM. De acordo com Duarte (2011), as notícias dessa categoria discorrem

sobre o processo decisório e de ação dos governantes, pois os cidadãos precisam saber o que está acontecendo, a exemplo da manchete “Plano Estadual de Recursos Hídricos de Rondônia é lançado durante seminário em Porto Velho”.

A partir da visualização detalhada das notícias produzidas em cada canal de comunicação, verifica-se que essas produções são diversificadas e tornam necessária a produção de diferentes análises de cada canal. Observa-se que a comunicação pública relaciona-se com a comunicação do Estado e governamental. Nessa dimensão, o Estado e o Governo têm responsabilidade pelo estabelecimento de um fluxo informativo e comunicativo com os cidadãos.

Entendida dessa forma, a comunicação promovida pelos governos pode ter a preocupação de despertar o sentimento cívico; informar e prestar contas sobre suas realizações, divulgando programas e políticas que estão sendo implementadas; motivar e/ou educar, chamando a população para participar de momentos específicos da vida do país; proteger e promover a cidadania, ou convocar os cidadãos para o cumprimento dos seus deveres (BRANDÃO, 2012).

4.4 Análise dos Conteúdos dos Canais de Comunicação Pública do Estado de Rondônia

Nesta subseção realizam-se as análises dos conteúdos dos canais de comunicação pública da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Rondônia (EMATER), Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Regularização Fundiária (SEAGRI) e Secretaria de Estado do Desenvolvimento Ambiental (SEDAM).

Nas seções anteriores essas instituições foram caracterizadas quanto à sua criação, estrutura e comunicação pública. Inicialmente, nos sites oficiais dessas instituições constam as denominações ‘Assessoria de Imprensa’ e ‘Comunicação Social’, utilizados SEAGRI e EMATER e pela SEDAM.

Além disso, a partir de dados disponíveis nos sites oficiais dessas instituições, do Portal da Transparência de Rondônia e da Plataforma Lattes, é possível verificar que a SEAGRI conta com dois servidores, um efetivo e um comissionado, responsáveis pela comunicação pública. Apenas um tem formação na área de Comunicação Social e nem um deles exerce cargos relacionados à Comunicação

Pública do Estado. Já a SEDAM conta com apenas uma servidora responsável pela comunicação da Instituição. Essa servidora tem formação na área de Comunicação Social e ocupa o cargo de Comunicador Social.

A EMATER, por sua vez, tem dois servidores responsáveis pela comunicação institucional, entretanto, não foram encontradas informações nem da qualificação técnica nem do cargo que ocupam na Plataforma Lattes e no Portal da Transparência do Estado de Rondônia.

As análises foram realizadas em 52 notícias de cada instituição, totalizando 156 notícias ao todo. Essas notícias foram coletadas, uma por semana, durante o período de março de 2017 a março de 2018, período que antecedeu às eleições estaduais desse ano, encerrando um ciclo administrativo. Os parâmetros para as análises foram elaborados com base nas características elencadas por Zemor (1995) e Duarte (2011) quando listam, individualmente, aspectos que acreditam ser inerentes a uma notícia, para que se realize a comunicação pública.

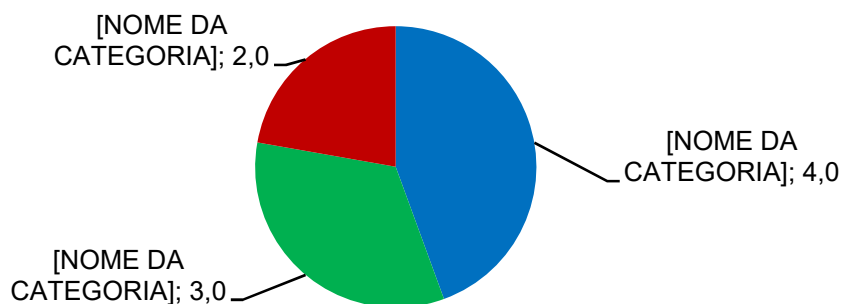
No que se refere às análises, cada instituição teve seu conteúdo de comunicação pública analisado de acordo com os oito aspectos elaborados por Zémor (1995) e Duarte (2011), exibidos no Quadro 3 (p.59). Os conteúdos dos canais foram analisados a partir das notícias publicadas nos portais eletrônicos, que foram analisadas individualmente nesses quesitos, gerando uma média para cada canal.

Com essas médias foi possível classificar o grau de atendimento do conteúdo analisado. Assim, por exemplo, no aspecto 1 uma notícia obteve média 3, o que significa que nesse aspecto tal notícia cumpriu parcialmente o quesito de comunicação pública.

Para fins de análise, as médias variam entre 00; 01; 02; 03; 04, para verificar o nível de atendimento aos princípios teorizados. Após a atribuição de médias aos conteúdos, mensurou-se o grau de cumprimento dos aspectos necessários para a realização da comunicação pública.

As notícias foram analisadas individualmente, chegando à média aritmética de cada conteúdo. O Gráfico 6 traz as médias atribuídas ao atendimento do primeiro aspecto necessário para a realização da comunicação pública referente à apresentação dos serviços públicos e/ou do setor público à população.

Gráfico 6– Apresenta os serviços públicos e/ou do setor público à população



Fonte:elaborado pela autora (2019).

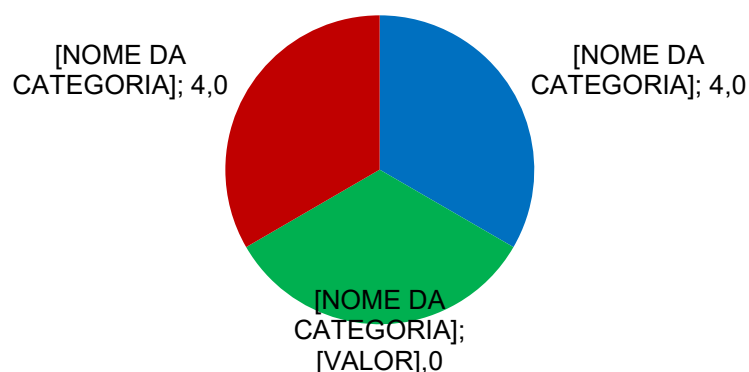
O Gráfico 6 mostra as médias dos conteúdos dos canais de comunicação pública da EMATER, SEDAM e SEAGRI, analisados com base em Zémor (1995) e Duarte (2011). Essas médias mostram que:

a) as notícias publicadas no site institucional da EMATER e que apresentam à população os serviços públicos ou os setores da instituição obtiveram a melhor classificação (4,0) nesse quesito, considerando a média das notícias analisadas; b) as médias dos conteúdos dos canais da SEDAM e da SEAGRI foram classificadas em 3,0 e 2,0, respectivamente; e c) tal aspecto se faz necessário para a realização de uma comunicação pública pelo fato de que é preciso tornar a Administração Pública conhecida, mostrá-la presente e atuante com a apresentação de seus serviços e suas ações.

De acordo com Duarte (2011), é comum gestores da administração municipal, estadual e federal limitarem a apresentação dos serviços públicos à população, apresentando-os somente à assessoria de imprensa, realizando a promoção do gestor e não das informações que são de interesse e de utilidade do cidadão.

Ainda de acordo com o autor, para uma grande parcela dos administradores públicos, a comunicação pública é a construção de uma boa imagem pessoal frente ao público. Em meio às análises, verifica-se que tal situação não ocorre entre as notícias que compõem esse corpus, considerando o fato de que as menções aos nomes dos gestores ocorrem sutilmente e em um plano secundário.

Gráfico 7– Induz e qualifica a relação entre gestão e execução dos serviços públicos

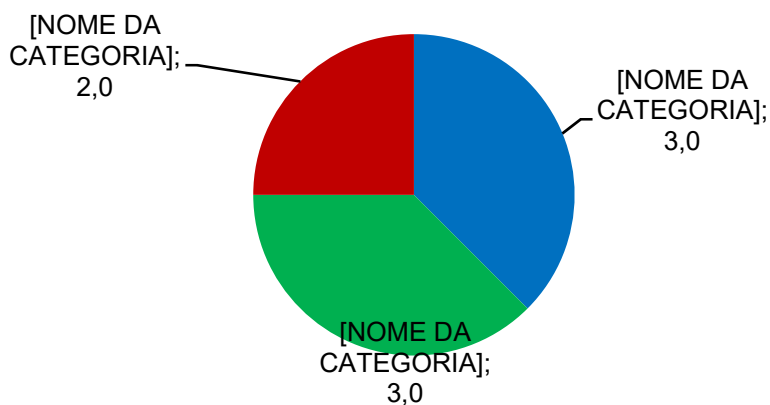


Fonte: elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 7 traz as médias do quesito ‘indução e qualificação da relação entre gestão e execução dos serviços públicos’, referindo-se às notícias que descrevem o desenrolar das ações divulgadas pelo governo e se essas notícias induzem e qualificam a população a gerirem a execução de serviços públicos.

Assim, por exemplo, notícias que relatam o andamento de projetos ou ações que se desenrolaram e são noticiadas nos portais oficiais das instituições. Nesse aspecto, verifica-se que a SEAGRI, SEDAM e EMATER obtiveram índice 4,0, por divulgar tais temáticas ao público que acessa esse canal de comunicação. O desenrolar dos planos de agricultura, por exemplo, é uma temática recorrente no site da SEAGRI, motivo pelo qual esse canal induz e qualifica a relação entre gestão e execução dos serviços públicos.

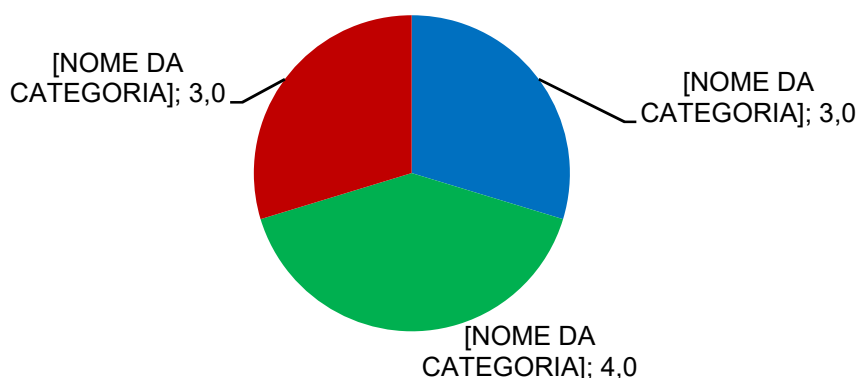
Gráfico 8– Dissemina informações e opiniões ao público, garantindo a pluralidade no debate político



Fonte: elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 8 mostra a disseminação de informações e opiniões ao público, garantindo a pluralidade no debate político. Nesse aspecto, são analisadas as diversas vozes em uma notícia, convergentes ou divergentes. Geralmente são entrevistadas autoridades e pessoas comuns, que opinam ou fazem alguma recomendação. A SEAGRI obteve a menor média em disseminar informações e opiniões ao público, com a média 2,0 a partir das classificações embasadas em Duarte (2011). Já a EMATER e a SEDAM obtiveram médias maiores, ambas com média 3,0.

Gráfico 9– Identifica demandas sociais



Fonte: elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 9 destaca o aspecto da identificação de demandas sociais. Nesse ponto, é preciso que a notícia contemple detalhadamente as demandas da sociedade de diversas naturezas, origens e localidades.

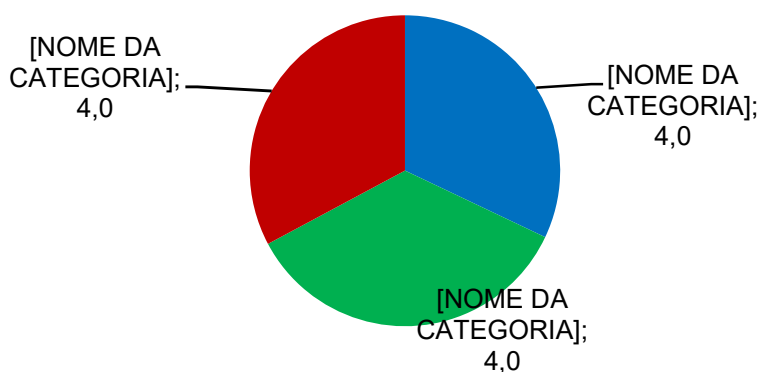
É comum que as notícias contenham declarações do atendimento a demandas de determinada localidade ou grupo de pessoas; solicitação de providências e/ou informações sobre algum feito da Administração Pública. Nesse cenário, a imprensa é um espaço público indispensável de informação das necessidades reais dos cidadãos, conforme ensina Duarte (2009).

Apesar de as três instituições pesquisadas terem relação com o campo, é possível inferir que a SEAGRI, por tratar de agricultura, tenha maior frequência de situações em que as menções às demandas da sociedade são necessárias, alcançando com base em suas notícias a média 3,0 na identificação profunda das demandas sociais.

Tal fato não exclui a SEDAM (média 4,0), com suas ações de identificação de queimadas e animais atropelados nas rodovias e a EMATER (3,0) com o ensino de práticas rurais. Todas inseriram muitas demandas sociais nas pautas da Administração Pública, colaborando para a identificação das necessidades do Poder Público.

Esse aspecto torna-se curioso frente à capacidade de a comunicação pública de, ao mesmo tempo em que exhibe, fiscaliza e promove, identificar novas situações em que é possível e obrigatória a ação para solução.

Gráfico 10– Diálogo entre governo e cidadãos para melhoria das políticas públicas e da gestão administrativa



Fonte: elaborado pela autora (2019).

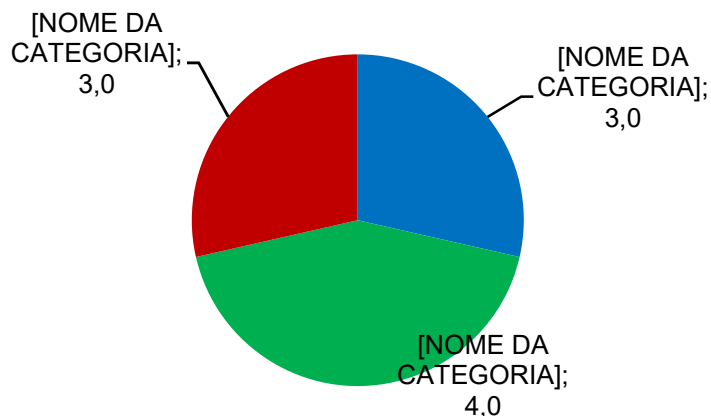
Essas notícias se referem, no aspecto teórico ideal, aos casos em que reuniões, encontros e eventos são realizados e recebem as autoridades locais, municipais, estaduais e até mesmo federais para o debate referente à elaboração, atualização, fiscalização do cumprimento de políticas públicas.

É possível afirmar que as práticas de participação na elaboração das políticas públicas para o desenvolvimento do Estado de Rondônia são marcadas pela divulgação tanto na página da SEAGRI (4,0) quanto na página da SEDAM (4,0) e também no site oficial da EMATER (4,0).

Nesse quesito, assim como nos demais, as instituições analisadas têm médias muito próximas, o que mostra o bom desenvolvimento das práticas. Apesar disso, nas palavras de Duarte (2009, p. 65) “as restrições de diálogo, pelo pouco acesso ativo da maior parte dos cidadãos a esses espaços de ideias e informações, faz com que esse mercado de informações encontre-se ainda mais fragmentado e suscetível às fontes de informação”.

Dessa forma, é preciso que o espaço para o diálogo entre os cidadãos seja aberto e principalmente divulgado.

Gráfico 11– Estímulo à cidadania consciente, ativa e solidária

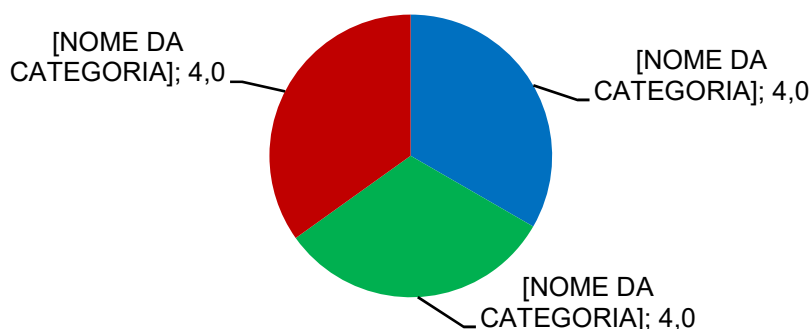


Fonte: elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 11 traz informações referentes ao caráter estimulador da cidadania consciente, ativa e solidária. Verificou-se, com as médias das notícias de cada canal de comunicação, que tal aspecto existe, mas em menor frequência se comparado a outros aspectos.

A fim de análise, a SEDAM é a instituição que mais discutiu em suas notícias essa característica estimulante da cidadania, obtendo média 4,0. Por outro lado, SEAGRI e EMATER obtiveram, ambas média 3,0.

Gráfico 12– Promoção e valorização do interesse público



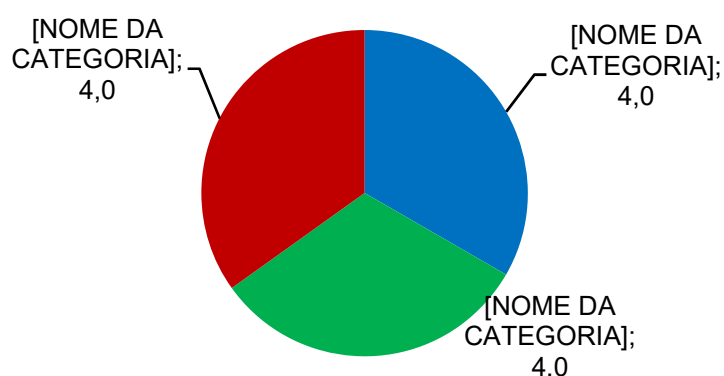
Fonte: elaborado pela autora (2019).

As informações ilustradas no Gráfico 12 referem-se à capacidade de promover e valorizar o interesse público.

De acordo com Matos (2009), é preciso transcender a simples e já dada informação, possibilitando ao cidadão a participação e discussão em assuntos de interesse de todos.

As três instituições veicularam em seus canais de comunicação notícias que mencionam a promoção e valorização do interesse público. Assim, EMATER, SEAGRI E SEDAM obtiveram, a partir da análise das notícias, a média 4,0.

Gráfico 13– Desenvolvimento de ações de interesse coletivo



Fonte: elaborado pela autora (2019).

De acordo com o Gráfico 13, quanto ao desenvolvimento de ações de interesse coletivo, são necessários o conhecimento e a descrição dos conceitos de comunicação pública existentes no país. Em análise, verifica-se que SEAGRI, SEDAM e EMATER obtiveram nota 4,0.

Por mais que autores associem erroneamente comunicação política à comunicação governamental ou à comunicação desenvolvida pelas instituições públicas, a maioria dos estudiosos enfatiza que a comunicação pública trata o Estado e não o Governo.

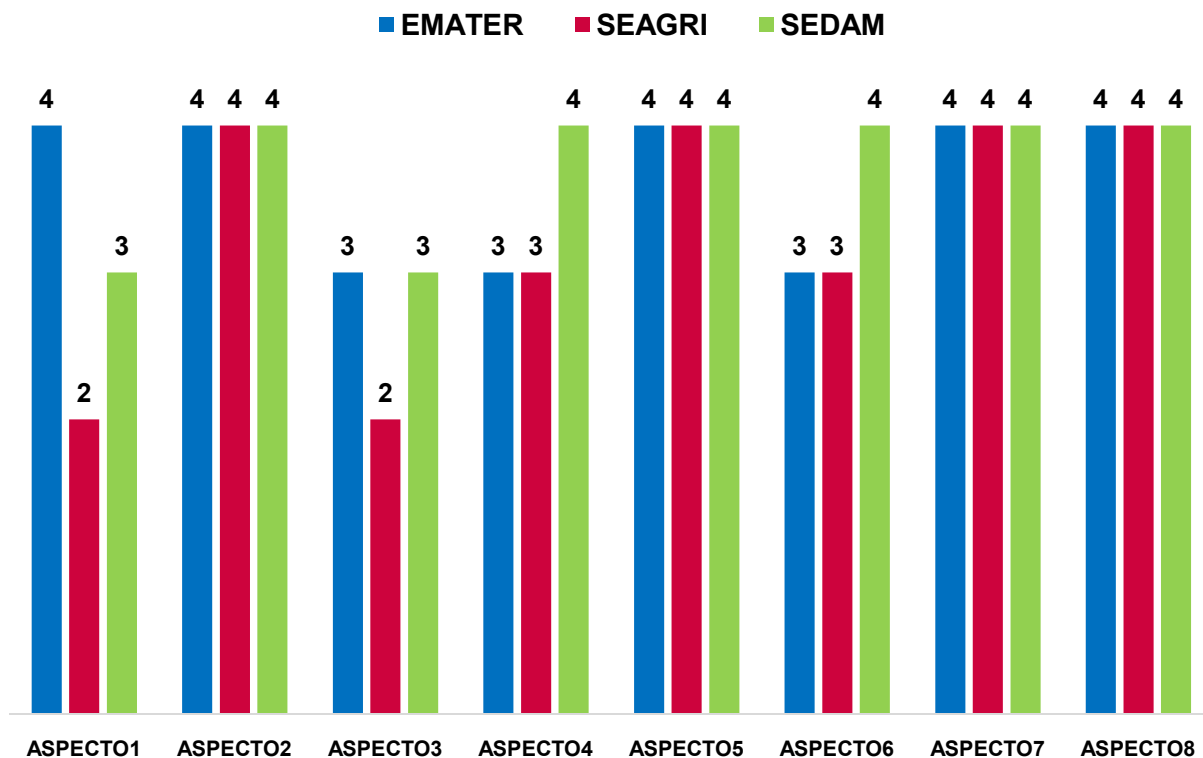
A comunicação pública coloca o cidadão no centro do processo de comunicação, não apenas para garantir o direito à informação e à expressão, mas também para oportunizá-lo ao diálogo, respeitando suas características e necessidades, fomentando a participação ativa, racional e corresponsável.

Portanto, trata-se de um bem e um direito coletivo, envolve tudo o que se refere ao aparato estatal, às ações governamentais, aos partidos políticos, aos movimentos sociais, às empresas públicas, ao terceiro setor e em certos aspectos às empresas privadas. “Praticar comunicação pública implica assumir espírito

público e privilegiar o interesse coletivo em detrimento de perspectivas pessoais e corporativas” (DUARTE, 2012, p. 61).

Os resultados dos gráficos anteriores estão reunidos no Quadro6, a seguir.

Quadro 6 - Aspectos analisados dos conteúdos dos canais de comunicação pública.



Fonte: elaborado pela autora (2019).

Conforme Quadro 6, a EMATER recebeu três notas 3,0 e cinco notas 4,0; a SEAGRI foi avaliada com duas notas 2,0; duas nota 3,0 e quatro notas 4,0; por fim a SEDAM recebeu duas médias 3,0; seis médias 4,0, sendo a mais bem avaliada.

No entendimento de Matos (2011, p. 45), para que a comunicação pública realize as trocas comunicacionais entre os órgãos públicos e a sociedade é preciso criar “espaços capazes de viabilizar a formulação de demandas e sua consequente repercussão no governo, na sociedade e na mídia”.

Um exemplo disso são as notícias que tratam das parcerias com outras instituições para a realização de congressos e demais eventos de alta complexidade. A interação entre os colaboradores e demais segmentos da sociedade possibilita o debate e a decisão das melhores soluções para os problemas que afligem a todos, o que corrobora com o entendimento de Brandão

(2012), que analisa a relação existente entre comunicação pública e as estratégias de comunicação da sociedade civil organizada, considerando que o Estado democrático traz um novo entendimento sobre as práticas de comunicação, à medida em que os cidadãos tomam consciência de que “as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos, mas de toda a sociedade” (BRANDÃO, 2012, p. 7). Nessa dimensão, as comunidades organizadas reivindicam direito ao acesso e ao uso de tecnologias de comunicação para gerar informação e estabelecer uma comunicação que leve em consideração suas prioridades, com estética e linguagem adequadas a seus públicos.

Observou-se que entre os diversos significados apresentados para a expressão comunicação pública, destaca-se como ponto comum o entendimento de um “processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania” (BRANDÃO, 2012, p. 9). A restauração da democracia e o conseqüente crescimento de novas formas de vivências democráticas no Brasil, conforme relata Brandão (2012, p. 10), despertaram a necessidade de uma sociedade mais participativa, exercendo direitos e deveres e amparada por condições de informação e comunicação: “A comunicação é hoje um ator político proeminente e é parte constituinte da formação do novo espaço público”.

A análise dos portais demonstrou que não obstante a comunicação pública exigir a participação da sociedade e de seus segmentos, como atores ativos no processo comunicacional, os principais indutores da comunicação pública ainda são os governos, devido ao compromisso com o interesse público e o poder de ação, devendo promover políticas públicas, desenvolver uma gestão aberta e qualificar canais, meios e recursos que permitam a viabilização da comunicação de interesse público e propiciem o envolvimento de todos os interessados.

Weber (2011, p. 99) justifica também a necessidade de uma comunicação pública a partir da construção argumentativa das democracias, fundada na defesa do bem público, do interesse geral, do interesse público. Com base nessa premissa, segundo a autora, o Estado cumpre “os princípios da comunicação pública regida pelo interesse público ao informar, explicar, disponibilizar, treinar, habilitar, ouvir e contribuir para o exercício da cidadania”.

Evidencia-se então, que o papel da comunicação pública não se restringe a fornecer informações, mas deve ser compreendida num sentido mais amplo,

incluindo a possibilidade do 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, colaborando com o desenvolvimento regional (DUARTE, 2012). Para Sen (2000), uma das premissas para o desenvolvimento se dá por meio do acesso à informação. Assim, a gestão pública brasileira tem a responsabilidade em disponibilizar informações para a sociedade.

Uma das maneiras de se promover o desenvolvimento local e regional é potencializar ações significativas por intermédio de sua divulgação; utilizar a comunicação como alavanca para exposição de boas práticas, alimentando a opinião pública com respeito à importância de projetos capilares, de forma a sensibilizar grupos e comunidades, convocando-os a uma maior integração e partilha de responsabilidades - sem abrir mão da parcela de obrigações que as instituições públicas precisam engendrar.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como tema principal o conteúdo da comunicação pública divulgada nos canais de comunicação do Governo do Estado de Rondônia, cujo objetivo geral centrou-se na análise dos conteúdos dos canais de comunicação pública, foram analisadas, a partir da metodologia de análise de conteúdo de 156 notícias de três instituições estaduais devidamente pontuadas.

As notícias de cada canal foram analisadas conforme as características de Zemor (1995) e Duarte (2011) e classificadas com pontuações que variam entre 0, 01, 02, 03 e 04. Verificou-se que as instituições analisadas encontram-se em posições semelhantes quanto ao atendimento aos ideais de comunicação, já que obtiveram, na maioria dos aspectos analisados, média correspondente a 04.

As discussões aqui realizadas elucidaram que o conceito de comunicação pública está diretamente ligado aos agentes envolvidos no processo de desenvolvimento regional e que é fundamental pressionar a participação cidadã e atuação dos diversos segmentos sociais na construção da democracia. A comunicação pública deve ser pensada e principalmente executada como instrumento de oferta de informação de qualidade prestada por agentes políticos.

No caso dos conteúdos de comunicação analisados verifica-se que apesar do atendimento aos aspectos teóricos estabelecidos por Zémor (1995) e Duarte (2011), os portais web das instituições não realizam, ou ao menos não conseguem realizar, um diálogo com um público como os dos agricultores, investidores e cidadãos comuns, que simplesmente desejam algum dado público ou estatístico.

A existência e o funcionamento das ouvidorias não mostra a preocupação e a disposição para o diálogo ou a busca por soluções para as demandas manifestadas por usuários, tão somente atendendo às exigências legais. A transparência das informações necessita de aprimoramento, pois estão na maioria das vezes desatualizadas. O acesso às informações demanda percorrer diversos ícones e subáreas (vide, por exemplo, a figura 11, p. 86). A linguagem é rebuscada e os números e tabelas exigem esforço para compreensão (vide, por exemplo, a figura 8).

Foi possível concluir, com o cumprimento dos objetivos específicos, que historicamente a comunicação pública no Estado de Rondônia foi pensada com base em ideais militares, quando se promoviam os administradores, personificando a comunicação em favor dos governantes da época. Atualmente, mesmo diante do

cenário das redes sociais, a comunicação pública desenvolvida nas redes oficiais tem caráter difusionista, unidirecional e verticalizada e a população não é ouvida.

As questões formuladas no início desta pesquisa devem ser respondidas. A primeira é a que busca saber de que forma os conteúdos divulgados nos canais de comunicação pública do Governo do Estado de Rondônia atendem às características da comunicação pública. Os aspectos estabelecidos por Zémor (1995) e Duarte (2007) permitiram verificar que a partir de 2013, por meio da Lei Complementar nº 17.690, a comunicação pública no âmbito governamental, ao menos no campo teórico, sinalizou uma mudança teórica nas práticas de comunicação. Apesar do estabelecimento de teóricas melhorias na comunicação pública a partir 2013, esta pesquisa utilizou-se de corpus composto por notícias do ano de 2017 e 2018 e verificou que tais modificações permaneceram apenas no campo teórico.

A segunda pergunta que fomentou esta pesquisa refere-se ao modo como o Governo do Estado de Rondônia usa a comunicação pública na efetivação do planejamento e do desenvolvimento regional. Verificou-se que a comunicação pública realizada pelo Governo do Estado de Rondônia ainda não integra os processos de planejamento e desenvolvimento regional do Governo do Estado, mesmo sendo um primordial pilar para os processos de planejamento e desenvolvimento regional.

Em tom conclusivo, constatou-se que os conteúdos disseminados nos canais de comunicação pública realizam práticas de comunicação nas quais verifica-se ausência da participação dos cidadãos. Nesse sentido, deve-se apontar para a necessidade da real e concreta alteração de postura de comunicação pública, que transcenda ao mero cumprimento legal, dispensando o mero oferecimento de informações e priorizando o estímulo à participação da população.

A partir dos resultados alcançados, verificou-se inicialmente a necessidade de:

- a) reconhecimento da comunicação pública como importante instrumento no processo de planejamento e desenvolvimento regional do Estado;
- b) investimento em estruturação do setor de criação e divulgação de conteúdos, com mais investimentos para a superintendência da comunicação, para que o fortalecimento da cidadania e o direito à informação sejam atendidos;

c) capacitação dos profissionais que atuam na comunicação governamental rondoniense em relação às ideias da comunicação pública preconizados por Zémor (1995) e Duarte (2007), sobretudo aqueles envolvidos na produção de conteúdo relacionados aos programas e às ações, que devem estar alinhados e comprometidos com o fornecimento de informações;

d) produção de conteúdo específico das potencialidades e oportunidades do Estado, apresentando os caminhos a serem percorridos pelos investidores;

e) realização de planejamento estratégico coordenado e proativo, que inclua e ouça a população e, principalmente, atenda ao direito constitucional à informação, um aspecto básico para a cidadania e para o êxito no planejamento e desenvolvimento regional;

f) implantar canais de comunicação nas redes sociais para receber e atender as demandas da sociedade e assegurar seu protagonismo nas definições de políticas públicas.

Dessa forma, o interesse público da informação será considerado, conforme aponta Zemor (1995), o foco principal da comunicação pública.

REFERÊNCIAS

ABERT. **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO**. Disponível em <https://www.abert.org.br/histórico>. Acesso em 31 de jan. 2020.

ABRANSON, M.; MEANS, G. E. **E-government 2001 - IBM endowment for the business of government**. Rowman & Littlefield Publishers, 2001.

AGUNE, R. M., CARLOS, J.A., **Governo eletrônico e novos processos de trabalho**. In Gestão Pública no Brasil Contemporâneo, organizadores: Evelyn Levy e Pedro Aníbal Drago, (Fundap, 2005).

BARBOSA FILHO, D. F. **Governo eletrônico – uma nova forma de gestão da administração pública para o século XXI**. Rio de Janeiro: Coppe/UFRJ, 2000. v. 3.

BARBOSA, A. F. (ed) (2010). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da -2009**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil. comunicação no Brasil: 2005.

BARBOSA, Carlos Gustavo e RABAÇA. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Martins Fontes, 2011. 13a ed.

BATISTA, C. (2012). **Informação pública: controle, segredo e direito de acesso**. Intexto, 26, pp.204-222.

BEHN, R. D. **O novo paradigma da gestão pública e a busca da accountability democrática**. Revista do Serviço Público, Brasília, DF, ano 49, n. 4, out./dez. 1998.

BRANDÃO, E. P. **Conceito de comunicação pública**. In: DUARTE, J. (Org.). Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 3ª ed. São Paulo: Atlas, p. 1-33, 2012.

BRANDÃO, e. P.; Bueno, Wilson da Costa; Martins, L.; MATOS, Heloísa. ; MONTEIRO, M. da Graça; Novelli, Ana Lucia. **Conceito de comunicação pública**. In: JORGE DUARTE. (org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

BRANDÃO, H. P.; GUIMARÃES, T. de A. **Gestão de competências e gestão de desempenho**. In: WOOD JR. (Org.). Gestão Empresarial – o fator humano. São Paulo: Atlas, 2002.

BRASIL. **Lei de Acesso à Informação - Lei nº 12.527/11**. 18 nov. 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm> Acesso em: 21 mar. 2018.

BASSEGIO, Luiz; PERDIGÃO, Francinete. **Migrantes Amazônicos**. São Paulo: Loyola, 1992.

BECKER, Berthar K. **Amazônia**. São Paulo: Ática, 1990.

BRASIL. **Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Governo eletrônico: princípios e diretrizes**. Brasília, DF, 2003. Disponível em: https://www.governoeletronico.gov.br/o_gov.br/principios. Acesso em: 4 mar. 2019.

BRASIL. Oficinas de Planejamento Estratégico Relatório Consolidado Comitês Técnicos. **Comitê Executivo do Governo Eletrônico**, Brasília, DF, 2004. Disponível em: http://www.governoeletronico.gov.br/anexos/E15_209diretrizes_governoeletronico1.pdf/>. Acesso em: 30 mar. 2019.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. (2002). **A reforma do estado dos anos 90: lógica e mecanismos de controle**. Disponível em: <www.bresserpereira.ecn.br>. Acesso em: 20 mar. 2019.

CANCLINI, N. G. **Cultura e Comunicação no desenvolvimento latino-americano**. In ESCOSTEGUY, A.C. (org.). Comunicação, cultura e mediações tecnológicas. Porto Alegre: Edipucrs, 2006.

CARNIELLO, Monica Franchi; SANTOS, Moacir José dos; GALVÃO JÚNIOR, Lourival da Cruz; OLIVEIRA, Edson Aparecida Querido de Araujo. **COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO: CONSIDERAÇÕES PARA UMA CONSTRUÇÃO DE INTERFACES TEMÁTICAS**. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional G&DR • v. 12, n. 4 (número especial), p. 3-30, dez/2016, Taubaté, SP, Brasil.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Tradução: Ronei de Venancio; atualização para 6ª Ed. Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

COSUDE. **Comunicación para el desarrollo: una guía práctica**. Berna: Cosude, 2014.

CUNHA, Maria Alexandra; DUARTE, Fábio; FREY, Klaus. (org.) Governança **local e**

DA CRUZ LIMA, Ana Carolina et al. **Teorias do desenvolvimento regional e suas implicações de política econômica no pós-guerra: o caso do Brasil**. Revista de Desenvolvimento Econômico, v. 12, n. 21, 2009.

DI FELICE. M. **Das tecnologias da democracia para as tecnologias da colaboração**. In: DI FELICE, M. (Org.). Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação sociais. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.

DIRETORIA TÉCNICA LEGISLATIVA (DITEL). **Portal Eletrônico de Consulta à Legislação do Estado de Rondônia, 2019**. Disponível em <<http://ditel.casacivil.ro.gov.br>>. Acesso em 13 de jan. 2019.

DONOS DA MÍDIA. **Veículos**. 2016. Disponível em: <<https://www.donosdamidia.com.br/>>. Acesso em: 06 abril. 2019.

DUARTE, J. (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2012.

DUARTE, Jorge. **Sobre a emergência do (s) conceito (s) de comunicação pública. Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, pp. 121-134, 2011.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa no Brasil. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**, v. 3, pp. 307-332, 2002.

DUARTE, Jorge. **Comunicação pública**. São Paulo: Atlas, pp. 47-58, 2007.

DUARTE, Jorge. **Instrumentos de Comunicação Pública**. In: _____ (Org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009. pp. 59-71.

ESCOLA NACIONAL DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA. **Acesso à Informação. Módulo 2**. Brasília 2017.

FAUSTO, Bóris. **História do Brasil**. 4 ed. São Paulo: Edusp/FDE, 1996.

FREY, Klaus. **Desenvolvimento sustentável local na sociedade em rede: o potencial das novas tecnologias de informação e comunicação**. Rev. Sociol. Polit., Curitiba, n. 21, nov. 2012.

FURTADO, Celso. **Os desafios da nova geração**. **Revista de Economia Política**, v. 24, n. 4, p. 96, 2004.

GARCIA, Nelson Jahr. **O que é propaganda ideológica**. São Paulo: Abril Cultural e Editora Brasiliense, 1985.

GERALDES, E; SOUSA J. **As dimensões comunicacionais da Lei de Acesso à Informação Pública**. In: Anais do Congresso da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Manaus, AM: 2013. Disponível em: <[HTTP://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1502-1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1502-1.pdf);>Gov_Complete_Survey-2014.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2019.

HALLIN, D. C. E MANCINI, P. **Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics**. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2004.

HASWANI, Mariangela Furlan. **Comunicação Governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira**. São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.revitsorganicom.org.br/sistema/intex/article/53/187> Acesso em 23 jul. 2017

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. ampl. e atual. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.

KUNSCH, M. M. K. **A comunicação para o desenvolvimento sustentável na sociedade globalizada**. In: BARBOSA, M. (Org.). **Vanguarda do pensamento**

comunicacional brasileiro: as contribuições da Intercom (1977-2007). São Paulo: Intercom, 2007.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O Futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Ciberdemocracia**. Lisboa: Editions O dile Jacob. 2002.

MANUAL DE MARCA V 2.0 / 2019 - GOVERNO DO ESTADO DE RONDÔNIA. Disponível em <file:///D:/Downloads/MANUAL-DE-MARCA-E-PAPELARIA-V-4.0-2019-APROVAC%CC%A7A%CC%83O.pdf> Acesso em 25 de mar. 2019.

MARTINS, P. L. **Acesso à informação: um direito fundamental e instrumental**. In: Acervo no Rio de Janeiro, v. 24, 1, jan.-jun. 2009, pp. 233-234.

MATOS, Heloiza. **A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32. Anais... Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R43060-1.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2019.

MATOS, Heloiza. **Comunicação pública, democracia e cidadania**. In: LÍBERO, ano 2, nº 3/4, 1999.

MATOS, Heloiza. **Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do Legislativo**. I Seminário de Comunicação Legislativa do Senado Federal, 1998. Disponível em: . Acesso em: 05 ago. 2017.

MEFALOPULOS, P. **Communication for sustainable development: applications and challenges**. In: HEMER, O.; TUFTE, T. (Eds.). *Media and glocal change: rethinking communication for development*. Buenos Aires: CLACSO, 2005. Cap. 14, p. 247-259.

MÉGARD, D. **“Communication publique, médias et démocratie”**. Pouvoirs Locaux – les cahiers de la décentralisation, vol.1, nº52, pp.40-44, 2002.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito Administrativo Brasileiro**.38.ed. – São Paulo: Malheiros 2012.

MOREIRA, Sonia Virginia; **Análise documental como método e como técnica**. In: Métodos de pesquisa em comunicação / Jorge Duarte, Antonio Barros – organizadores. 2. ed. – 7 reimp. São Paulo: Atlas, 2014.

MOSER, Lilian Maria. **Formação de Capital Social do Desenvolvimento Sustentável no Mundo Rural Rondoniense: A Organização dos Sistemas Alternativos de Produção dos Produtores de Ouro Preto d’Oeste – RO**. 2006. P 50-192. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Pará. Belém.

NASCIMENTO, C. P.; SANTOS, C.; SILVA, M.; **PORTO VELHO: A produção do Espaço Urbano de Rondônia** (1980/2010). Revista Geografar. Curitiba, v.7, n.1, pp. 20-52, jun./2012.

OCDE. **Promises and problems of e-democracy: challenges of online citizen engagement**. Paris, Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, 2003.

OLIVEIRA, J. B. F. de. **Governo Eletrônico: Uma visão sobre a importância do tema**. Informática Pública. Belo Horizonte, 1, ano 11, 2009, pp. 7-13.

OLIVEIRA, Maria José da Costa (Org). **Comunicação Pública**. Campinas, SP: Alínea, 2004. pp. 29-47.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. UN e-Government Survey 2014. **E-Government for the Future We Want**. New York: UNPAN, 2014. Disponível em: <<http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E>>

PERUZZO, C.M.K. **Comunicação popular e comunitária em práticas de desenvolvimento rural na região de Borborema (PB-Brasil)**. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, v. 37, n.2, p. 183-208, maio/ago. 2015

PIMENTEL, Alessandra. **O método da pesquisa documental: seu uso numa pesquisa historiográfica**. Cadernos de Pesquisa, nº 114, pp. 179-195, nov. 2001.

PNUD. **Comunicación para el desarrollo: fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas**. Nueva York: PNUD, 2011.

PRADO, O. (2004). **O governo eletrônico no Brasil: perspectiva histórica a partir de um modelo estruturado de análise**. Revista de Administração Pública - RAP, Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, pp. 23-48, jan./fev.

ROOVER, A. J. **Introdução ao governo eletrônico**. In: ROOVER, A. J. (Org.). **Governo eletrônico e inclusão digital**. Florianópolis: Boiteux: 2009, p. 17-38.

RUDIO; F. V. (1992). **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 17ª ed. Petrópolis: Vozes.

RONDÔNIA. DECRETO ESTADUAL Nº 17.690, DE 04 DE ABRIL DE 2013. **Dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Estadual**. Disponível em <[file:///C:/Users/User/Downloads/DECRETO-N.-17.690-DECOM%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/DECRETO-N.-17.690-DECOM%20(3).pdf)>. Acesso em 19 nov. 2018.

RONDÔNIA. LEI COMPLEMENTAR Nº 133, DE 22 DE JUNHO DE 1995. **Dispõe sobre a organização da Administração Pública Estadual e dá outras providências**. Disponível em <<http://ditel.casacivil.ro.gov.br/COTEL/Livros/detalhes.aspx?coddoc=208>>. Acesso em 16 nov. 2018.

RONDÔNIA. LEI COMPLEMENTAR Nº 176, DE 03 DE JULHO DE 1997. **Altera a denominação da Superintendência de Comunicação Governamental, criada através da Lei Complementar n.º 133, de 22 de junho de 1995, e dá outras**

providências. Disponível em: <http://ditel.casacivil.ro.gov.br/COTEL/Livros/detalhes.aspx?coddoc=251>>. Acesso em 17 nov. 2018.

RONDÔNIA. LEI COMPLEMENTAR Nº 224, DE 04 DE JANEIRO DE 2000. **Modifica a Organização Administrativa do Poder Executivo Estadual e dá outras providências.** Disponível em <http://ditel.casacivil.ro.gov.br/COTEL/Livros/detalhes.aspx?coddoc=299>. Acesso em 21 nov. 2018.

RONDÔNIA. LEI COMPLEMENTAR Nº 40, DE 05 DE SETEMBRO DE 1990. **Dispõe sobre a Organização da Administração Pública Estadual, e dá outras providências.** Disponível em: <http://ditel.casacivil.ro.gov.br/COTEL/Livros/listleicomp.aspx?ano=1990>> Acesso em 20 nov. 2018.

RONDÔNIA. LEI COMPLEMENTAR Nº 42, DE 19 DE MARÇO DE 1991. **Dispõe sobre a organização do Poder Executivo, e dá outras providências.** Disponível em: <http://ditel.casacivil.ro.gov.br/COTEL/Livros/listleicomp.aspx?ano=1991>>. Acesso em 20 nov. 2018.

RONDÔNIA. LEI COMPLEMENTAR Nº 827, DE 15 DE JULHO DE 2015. **Mensagem 132, de 15 de julho de 2015.** Disponível em <http://ditel.casacivil.ro.gov.br/COTEL/Livros/Files/LC827.pdf>> Acesso em 20 nov. 2018.

RONDÔNIA. Lei Complementar nº 965, de 20 de dezembro de 2017. **Dispõe sobre a organização da Administração Pública Estadual e dá outras providências.** Disponível em <http://ditel.casacivil.ro.gov.br/COTEL/Livros/Files/LC965.pdf>> Acesso em 20 nov. 2018.

RONDÔNIA. LEI Nº 161, DE 21 DE SETEMBRO DE 1987. **Dispõe sobre o exercício de cargos, funções ou empregos de Coordenador de Comunicação Social, de Assessor de Imprensa ou equivalentes.** Disponível em <http://ditel.casacivil.ro.gov.br/COTEL/Livros/detalhes.aspx?coddoc=912> Acesso em 21 nov. 2018.

RONDÔNIA. LEI Nº 4.158, DE 24 DE OUTUBRO DE 2017. **Dispõe sobre a utilização exclusiva do Brasão de Armas do Estado de Rondônia.** Disponível em <http://ditel.casacivil.ro.gov.br/COTEL/Livros/detalhes.aspx?coddoc=28304>>. Acesso em 21 nov. 2018.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. D. P. B. **Metodologia de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Mc-Graw-Hill, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado.** São Paulo: Harcker Editores (2001). 216 p. 2ª impressão – 2006.

SANTOS, Carlos. **A Territorialidade na Colonização Rondoniana.** Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: UFRJ/PPGG, 1998.

SANTOS, M. J. **A construção da política brasileira de telecomunicações (1961-1967).** Dissertação de mestrado. Assis: Faculdade de Ciências e Letras (UNESP), 2000.

SANTOS, M. J.; CARNIELLO, M. F. **Relação entre Acesso à Informação e Desenvolvimento das Macrorregiões Brasileiras.** Intercom – Sociedade Brasileira

de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM. 2013.

SCHRAMM, Wilbur. **Comunicação de massa e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Bloch, 1970.

SCHRAMM, Wilbur; LERNER, Daniel; **Comunicação Pública e mudança nos países em desenvolvimento. Comunicação e mudança nos países em desenvolvimento**. 1976. p. 31.

SEN. A. **Desenvolvimento e Liberdade**. Tradução: Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SERVAES, J. (Ed.). **Communication for development and social change**. New Delhi: Sage, 2008.

SIVALDO Pereira da Silva; **Democracia digital, comunicação política e redes : teoria e prática /** – Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. **Análise de Conteúdo: exemplo de aplicação da Técnica para Análise de Dados Qualitativos**. Qualit@s Revista Eletrônica ISSN 1677 4280 Vol.17. No 1 (2015). Disponível em <revista.uepb.edu.br › index.php › qualitas › article › download>. Acesso em 11 de nov. 2019.

SOARES, Paulo Ricardo de Brito. **A AGROPECUÁRIA E A DINÂMICA REGIONAL NO ESTADO DE RONDÔNIA: análise dos dados preliminares do censo agropecuário 2008**. Revista Informações Econômicas, SP, v. 39, nº 5, maio de 2009.

SOUSA, Mauro Wilton (org). **Recepção mediática e espaço público: novos olhares**. São Paulo: Paulinas, 2006.

STEMLER, S. **An overview of content analysis**. Practical Assessment, Research & Evaluation, v. 7, n. 17, 2001. Disponível em: . Acesso em: 28 set. 2010.

TAKAHASHI, T. (Org.). **Sociedade da Informação no Brasil: o livro verde**. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000.

WEBER R. **Basic content analysis**. Beverly Hills: Editora Sage; 1985.

ZÉMOR, Pierre. **As formas da comunicação pública**. In: DUARTE, Jorge. (Org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ZÉMOR, Pierre. **La Communication Publique**. PUF, Col. Que sais-je ? Paris, 1995. Tradução resumida do livro: Prof. Dra. Elizabeth Brandão <https://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>. Acesso em 20 de julho de 2017.

ANEXO 1 – DECRETO Nº 01, DE 31 DE DEZEMBRO DE 1981

Art. 14- A estrutura geral do Poder Executivo compõem-se de:

I- Órgãos da Administração Pública Direta:

a) Órgãos de Apoio Direto ao Governador

1. Governadoria do Estado
- 2 Procuradoria Geral do Estado
3. Auditoria Geral do Estado

b) Secretarias de Estado

1. Secretarias Instrumentais

Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação Geral

Secretaria de Estado da Fazenda

Secretaria de Estado da Administração

2. Secretarias Executivas

Secretaria de Estado da Educação

Secretaria de Estado da Saúde

Secretaria de Estado do Trabalho e Promoção Social

Secretaria de Estado de Obras e Serviços Públicos

Secretaria de Estado de Cultura, Esportes e Turismo

Secretaria de Estado da Segurança Pública

Secretaria de Estado do Interior e Justiça

c) Órgão Autônomo

Departamento de Estradas de Rodagem de Rondônia- DER-RO

d) Ministério Público do Estado

II - Entidades de Administração Pública Indireta:

a) Empresa Pública

1. Companhia de Desenvolvimento Agrícola de Rondônia- CODARON

b) Sociedade de Economia Mista

1. Companhia de Águas e Esgotos de Rondônia- CAERD

2. Centrais Elétricas de Rondônia S.A. - CERON.

(GOVERNO DE RONDÔNIA, 2018, não paginado).