Ouvidoria Pública Municipal e Propaganda Política:
O Caso da Prefeitura Municipal de Campinas.

Autora: Bruna Cury Roselli

Instituição: Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Orientador: Me. Wagner J. Geribello
Programa: Fundo de Apoio a Pesquisa de Iniciação Científica - FAPIC

Resumos

A pesquisa de Iniciação Científica - Ouvidoria Pública Municipal e Propaganda Política: O Caso da Prefeitura Municipal de Campinas – que está em andamento, tem como base o conhecimento da área de Relações Públicas Governamentais. Assim, é uma análise do instrumento de comunicação Ouvidoria, o qual é marcado por reduzidos estudos de sociologia política e de comunicação social, fato que garante certo ineditismo à pesquisa. Em sua metodologia a pesquisa apresenta três fases: pesquisas bibliográficas, entrevistas com fontes primárias e pesquisas com fontes documentais (Decretos Municipais e Relatório Anuais). O trabalho tem por hipótese verificar a possibilidade deste equipamento público, a Ouvidoria Geral do Município de Campinas, ser usado para fins de proselitismo político-partidário.

The research of Scientific Initiation – The Public Municipal Office of Complaints and Politics Advertising: the experience of the Campinas City Hall – which is in progress, has as its basis the acknowledgement of governmental public relations field. It's an analysis of the communication tool "complaints", which is marked by reduced studies of political sociology and social communication, guaranteeing certain innovation to the research. In its methodology the research presents three phases: bibliographical research, interviews with primary sources (employees, secretaries of government, the mayor and representatives of politics parties) and research with documentary sources (Municipal Decrees and Annual Reports). The work has as hypothesis the possibility of this public equipment, General office of complaints of the City of Campinas being used for political doctrine means.

Palavras-chave
Sociedade; Comunicação; Política; Propaganda e Relações Pública

2. B.C.R. - Graduando o curso de Comunicação Social: Relações Públicas, pela Puc-Campinas – SP. Desenvolve produção científica subsidiada pelo programa de Iniciação Científica da PUC-Campinas, FAPIC, com o tema: Ouvidoria Pública Municipal e Propaganda Política: O caso da Prefeitura Municipal de Campinas. Cursa disciplina extra-curriculares na UNICAMP - SP. Participação em: Congressos – INTERCOM – RS 2004/ RJ 2005 (Ouvinte); Fórum Empreendedorismo – Unicamp-SP /2005 (Ouvinte). E-mail: brunacury@uol.com.br

Corpo do trabalho

Criada originalmente para operar como instrumento de comunicação entre o cidadão e o poder político constituído, permitindo e possibilitando ajustes do discurso e das práticas político-administrativo frente às demandas e/ ou compromissos assumidos pelo governante, a Ouvidoria Pública representa um importante elo entre os agentes políticos e a sociedade. Funciona como uma crítica interna da administração pública, sob a ótica do cidadão. Caracterizada como instrumento democrático, tem por finalidade aumentar a integração entre a sociedade e governo, favorecendo a qualidade do serviço público e atendendo aos anseios da população.[3]

Tomando por base a supramencionada condição da Ouvidoria como elo de comunicação entre agentes políticos e a sociedade, a pesquisa de Iniciação Científica Ouvidoria Pública Municipal e Propaganda Política: O Caso da Prefeitura Municipal de Campinas abriga a hipótese da Ouvidoria Geral do Município de Campinas ser usada como fonte de promoção da administração pública municipal, ou de agentes políticos específicos.

Na busca desse mister, a pesquisa investiga alguns aspectos do Governo Municipal de Campinas que não são objetos de pesquisa com freqüência, no sentido de manter a sociedade informada sobre o tema e também verificar a dinâmica operacional do serviço público de Relações Públicas, considerando a qualidade de graduada em Relações Públicas da pesquisadora.

A Ouvidoria dá condições às organizações de estreitar as relações com seus *stakeholders* (públicos alvos), estruturada sob os conceitos do modelo de comunicação simétrico de mão-dupla e da política de portas abertas. Estes conceitos baseiam-se no conhecimento mútuo, na participação dos públicos no processo decisório organizacional, no equilíbrio de interesses e na legitimação das ações. (cf: Grunig e Hunt, apud KUNSH, 1997).

"A função de uma Ouvidoria é identificar a necessidade da demanda dos cidadãos, buscar soluções para as questões por eles levantadas, oferecer as informações e sugestões cabíveis, visando estabelecer um relacionamento direto e não burocrático entre estes e as instituições. Tem o objetivo de assegurar o direito ao exercício da cidadania e o comprometimento no equilíbrio entre os interesses da organização e dos públicos envolvidos"... (Grunig e Hunt, apud KUNSCH,1997).

3. Sobre a história, constituição e características da Ouvidoria e, mais especificadamente da Ouvidoria Pública, assim sobre relações de poder público com a sociedade confronte: Barbosa,1989; Burgelin, 1970, Favarão dissertação de mestrado, 1999 e Garcia, 1986.

A qualidade e os padrões éticos devem estar inerentes à missão, aos valores e a política das organizações, junto ao desenvolvimento das estratégias e na implantação do serviço de Ouvidoria.[4]

No plano de execução, para uma melhor investigação do objeto, a pesquisa apresenta três diretrizes metodológicas: leitura geral sobre Relações Públicas governamentais para, posteriormente, trabalhar o conceito e a história das Ouvidorias, no Brasil e no mundo, fechando com a Ouvidoria Geral do Município de Campinas, analisada a partir de metodologias centradas em fontes impressas como Ofícios, Relatórios Semestral e Anual do órgão, fase esta já executada. A fase seguinte da pesquisa, em realização, trata de relatos opinativos e analíticos averiguados por meio de formulário, com o intuito de recolher a opinião de fontes primárias. Os conhecimentos da história e do funcionamento do objeto e o recorte bastante focado legitimam a pesquisa como um estudo de caso. A parte final será caracterizada por uma análise dos dados citados acima, no sentido de confirmar ou não a hipótese, que é a verificação, ou não, do uso inadequado da Ouvidoria geral do município de Campinas para fins de proselitismo político.

Assim, além do levantamento histórico e análise de funções da Ouvidoria Geral do Município de Campinas, já efetivados na parte inicial, a fase que está em andamento deve levar a averiguação do possível uso da instituição investigada como elemento de propaganda política, configurando conhecimento mais amplo da “práxis” política nos limites contextuais de um estudo de caso.

Com as informações coletadas, foi possível observar a importância da institucionalização de uma Ouvidoria e a sua evolução junto ao processo histórico do país, em diferentes níveis e tipos institucionais, no que respeita aos processos de Relações Públicas entre governo e cidadãos.[5]

Por outro lado, o histórico da Ouvidoria Geral do Município de Campinas indica que houve pelo menos um evento de interferência política em sua existência e funcionamento: na administração do período de 1997 a 2000 houve a desativação deste serviço público. Para evitar este tipo de interferência política, a atual administração pública editou norma que torna a Ouvidoria municipal permanente.

Comparando os dados de infra-estrutura disponibilizados nos Relatórios da oraganização nota-se que houve um incremento nos recursos materiais e humanos. A administração pública parece estar ciente de que o aumento da demanda deste serviço

4. Sobre o tema veja Corrêa, 1988; Daviá, 1983; Kunsh, 2003 e Neves, 1998.
5. Em relação a metodologia utilizada ver Bauer, 2002; como Fazer referências bibliográficas (eletrônico); ver também Chizzotti, 2001

torna necessária a disponibilidade de uma infra-estrutura mínima à manutenção da qualidade sem desconsiderar a melhoria do serviço prestado.

Em termos qualitativos, o serviço da Ouvidoria tem demonstrado melhorias em seu sistema operacional, tanto nos registros das solicitações como nas respectivas respostas. No tocante ao tempo de resposta da Ouvidoria há uma preocupação na sua redução. [6]

Nesse sentido, o objeto de pesquisa tem se mostrado fértil e promissor à investigação pretendida por esta pesquisa, permitindo ampliar o conhecimento sobre as relações comunicacionais entre o poder público instituído e os cidadãos. Buscando averiguar se a publicidade e a propaganda podem ser usadas como recursos na concepção e sustentação da imagem pública das pessoas que praticam a atividade política, por meio da Ouvidoria Geral do Município de Campinas. Será este o caminho de continuidade da pesquisa na sua fase final.

Referências bibliográficas

BARBOSA, Ivan Santos *Jogada publicitária: a construção lúdica de um projeto social.* Tese de Livre Docência, ECA, USP, 1989.

BAUER, Martin W. e GASKELL, George *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som.* Petrópolis, R.J: Vozes, 2002.

BRASIL, Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. Organização do texto: Juarez de Oliveira. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990. 168 p. (Série Legislação Brasileira).

BRETON, Philippe e PROULX, Serge *Sociologia da Comunicação* São Paulo: Loyola, 2002.

BURGELIN, Olivier *A comunicação social.* Liboa: Edições 70, 1970.

CHIZZOTTI, Antonio *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. São Paulo: Cortez, 2001.

COHN, Gabriel *Sociologia da comunicação: teoria e ideologia.* São Paulo: Pioneira, 1973.

CORRÊA, Tupã G. *Opinião pública: os bastidores da ação política*. São Paulo: Global, 1988.
Da VIÁ, Sarah C. *Opinião pública: técnicas de formação e problemas de controle*. São Paulo: Loyola, 1983.

FAVARÃO, Maria José *A palavra e a imagem: os discursos de FHC e de Lula na campanha de 1998*. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, 1999.

6. Informações retiradas dos Relatórios: Semestral da Ouvidoria Geral do Município de Campinas 18/09/2002 - 18/03/2003; Anual da Ouvidoria Geral do Município de Campinas 18/09/2002 – 31/07/2004 e dos Decretos Municipais nº 11.085/1993 e nº 14.083/2002.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Relações Públicas e Modernidade*. São Paulo. Summus, 1997.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Planejamento em Comunicação Integrada.* São Paulo: Summus, 2º ed., 2003.

NEVES, Roberto de Castro. *Comunicação Empresarial Integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica e crises empresariais.* Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

VICENTINO, Cláudio *História Geral.* São Paulo: Scipione, 1999.

GARCIA, Nelson *O que é propaganda ideológica*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SANDMANN, Antônio *A linguagem da propaganda*. São Paulo: Contexto, 2000.
COMO FAZER REFERÊNCIAS-bibliográficas, eletrônicas e demais formas de documentos, Disponível em: <http://studere.sites.uol.com.br/bibliog > .Acesso 14 de março de 2006.