

O PAPEL DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO NO SETOR PÚBLICO

Nome completo do Aluno: Julyana Araújo Brasileiro

Nome completo do Orientador: João Luís Filgueiras

RESUMO

O presente estudo aborda o papel da assessoria de comunicação no setor público, destacando sua relevância para a transparência governamental e o fortalecimento da relação entre governo e sociedade. O objetivo principal foi apresentar a importância dessa assessoria na construção da imagem institucional, analisando sua evolução histórica, funções e impacto na gestão pública. A metodologia utilizada consistiu em uma revisão bibliográfica, reunindo fontes acadêmicas e científicas que abordam a comunicação governamental e suas estratégias. Os resultados demonstram que a assessoria de comunicação é essencial para garantir a clareza e acessibilidade das informações, combater a desinformação e promover a participação cidadã, utilizando ferramentas digitais e tradicionais para ampliar o alcance da comunicação institucional. Conclui-se que uma assessoria bem estruturada contribui significativamente para a governança democrática, assegurando que as informações públicas sejam disseminadas de forma ética e eficaz, promovendo maior engajamento e confiança da população nas ações governamentais.

Palavras-chave: Comunicação pública, Transparência governamental, Assessoria de comunicação, Participação cidadã.

1. INTRODUÇÃO

A comunicação no setor público desempenha um papel fundamental na construção de uma relação transparente e de confiança entre o governo e a sociedade. No contexto atual, onde a democracia se torna mais acessível através das tecnologias de informação e comunicação, a necessidade de uma assessoria eficaz é ainda mais evidente. As assessorias de comunicação no setor público não são apenas responsáveis por transmitir informações sobre políticas e ações governamentais, mas também por garantir que essas informações cheguem ao público de maneira clara e objetiva, promovendo o entendimento das ações e decisões governamentais. A transparência na comunicação pública, ao contrário de ser um simples ato de divulgar dados, deve ser uma prática que envolva a população no processo de gestão pública, tornando-a mais participativa e ciente das suas próprias responsabilidades cívicas (PRADO et al., 2024).

Em tempos de rápida disseminação de informações, especialmente nas redes sociais, a assessoria de comunicação do setor público se vê diante do desafio de combater a desinformação. A propagação de *fake news*¹ e a manipulação de fatos têm um impacto significativo na percepção pública, o que exige uma resposta ágil e eficaz por parte das instituições governamentais. A assessoria de comunicação precisa agir rapidamente para esclarecer equívocos e fornecer informações corretas, garantindo que a narrativa pública seja construída com base na verdade e na transparência. Isso também envolve o uso de estratégias que ajudem a população a identificar fontes confiáveis e desmistificar informações falsas, fortalecendo o vínculo de confiança entre o governo e seus cidadãos. Neste cenário, a assessoria de comunicação desempenha um papel ainda mais crucial, não apenas informando, mas educando a população sobre a importância de acessar e compartilhar informações provenientes de fontes oficiais (BONSANTO et al., 2021).

Além de atuar na disseminação de informações corretas, a assessoria de comunicação no setor público tem o desafio de produzir conteúdos acessíveis e que sejam facilmente compreendidos por diferentes segmentos da população. A inclusão e a democratização da informação são princípios essenciais para garantir que todos, independentemente de sua escolaridade ou condição social, tenham acesso igualitário às ações e decisões do governo. Isso implica a necessidade de adaptar as mensagens a diversos públicos, como cidadãos com baixa escolaridade, pessoas com deficiência ou populações rurais e periféricas. A utilização de diferentes meios de comunicação, como rádios comunitárias, jornais locais, programas de TV e plataformas digitais, é uma das formas de garantir que a comunicação seja eficaz e alcance todos os públicos de maneira equitativa (DE ANDRADE; PEREIRA, 2020).

Outro aspecto importante da comunicação pública no setor governamental é a produção e divulgação de resultados das políticas públicas. A prestação de contas é um elemento essencial para manter a credibilidade do governo, principalmente quando se trata do uso de recursos públicos. A assessoria de comunicação tem um papel fundamental ao traduzir dados complexos em informações compreensíveis para a sociedade, como por exemplo, através da divulgação de balanços de gestão, indicadores de resultados e relatórios de atividades. Através dessas ações, o governo não apenas demonstra transparência, mas também garante que a

¹ *Fake news* é uma informação falsa ou distorcida divulgada como se fosse verdadeira com a intenção de enganar ou manipular.

população tenha a oportunidade de avaliar a efetividade das políticas implementadas, ajudando a criar uma cultura de responsabilidade e engajamento cívico. Além disso, a produção de conteúdos científicos e técnicos também contribui para o fortalecimento da confiança do público, quando as informações são bem fundamentadas e explicadas de maneira acessível (FREIRE et al., 2021).

Como a assessoria de comunicação no setor público contribui para a transparência, a gestão da imagem institucional e o fortalecimento da relação entre o governo e a população?

O Objetivo geral busca apresentar a importância da assessoria de comunicação no setor público. Os objetivos específicos são: (i) Destacar como a Assessoria de Comunicação pode contribuir para a melhoria da imagem; (ii) Analisar o desenvolvimento histórico da assessoria de comunicação no Brasil, desde o setor privado até o público, destacando marcos e transformações; (iii) Investigar as funções e responsabilidades da assessoria de comunicação nas instituições, tanto no setor público quanto no privado, e sua contribuição para a imagem institucional e gestão de crises; (iv) Destacar a importância da assessoria de comunicação no setor público, enfatizando sua contribuição para a transparência, a prestação de contas e o fortalecimento da relação governo-população.

O presente trabalho é justificado pela crescente importância da comunicação no setor público, especialmente no contexto atual, onde a transparência e a participação cidadã são essenciais para o fortalecimento da democracia. Em uma sociedade cada vez mais conectada, a comunicação governamental desempenha um papel fundamental em garantir que as políticas públicas e as ações do governo sejam compreendidas pela população. No âmbito acadêmico, a pesquisa contribui para o estudo da comunicação pública, uma área fundamental que ainda carece de investigações mais detalhadas, especialmente sobre as estratégias utilizadas pelas assessorias de comunicação para melhorar a imagem do governo. O avanço das tecnologias de informação tem transformado as formas de disseminação e recepção de informações, tornando essencial compreender como as assessorias de comunicação se adaptam a essas mudanças para assegurar que a comunicação pública seja eficiente e transparente.

No âmbito político, a escolha do tema se justifica pela necessidade urgente de uma comunicação governamental mais eficaz e transparente. Em um cenário onde as *fake news* e a desinformação têm grande impacto na formação da opinião

pública, as assessorias de comunicação no setor público se tornam instrumentos estratégicos não apenas para divulgar informações verídicas, mas também para construir uma relação de confiança entre o governo e a população. As estratégias de comunicação institucional são essenciais para fortalecer a legitimidade das políticas públicas e facilitar o engajamento da sociedade nos processos democráticos, assegurando que as decisões governamentais reflitam de forma genuína os interesses da população.

No âmbito social, a relevância do tema é ainda mais evidente, pois a comunicação pública tem um papel crucial na inclusão social e na democratização da informação. A comunicação eficaz é uma ferramenta poderosa para garantir que todos os segmentos da sociedade, incluindo os mais marginalizados, tenham acesso igualitário a informações essenciais sobre os serviços públicos e as políticas governamentais. A promoção da transparência e da prestação de contas por meio da comunicação governamental não apenas fortalece a confiança da população nas instituições, mas também contribui para a formação de uma sociedade mais informada e participativa, capaz de exercer seus direitos de maneira plena e consciente.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 HISTÓRICO DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL

A assessoria de comunicação no Brasil é um campo que se desenvolveu ao longo das últimas décadas, com raízes nos processos de transformação social e política, especialmente no século XX. Inicialmente, a comunicação no setor privado teve papel destacado, com grandes corporações reconhecendo a importância estratégica de gerir sua imagem pública. Durante as décadas de 1950 e 1960, o Brasil vivia um momento de intensa industrialização, e as empresas começaram a contratar profissionais especializados em comunicação para estreitar o vínculo com seus consumidores e fortalecer sua presença no mercado. Esse movimento, embora inicialmente voltado para o marketing e a publicidade, também indicava a crescente percepção da comunicação como ferramenta de gestão (PRADO, 2024).

No contexto do setor público, a assessoria de comunicação no Brasil teve um desenvolvimento gradual, especialmente a partir da década de 1950, quando o

governo de Getúlio Vargas percebeu a necessidade de estreitar a relação com a população. O papel da comunicação no governo se ampliou à medida que o Brasil avançava em sua industrialização e urbanização, e, em paralelo, o regime político estava cada vez mais centralizado. Foi no final da década de 1960 que surgiram as primeiras estruturas formais de comunicação no governo, com a criação de órgãos como a Assessoria de Imprensa da Presidência da República. No entanto, na época, a comunicação ainda era voltada para a promoção de políticas públicas, sem a institucionalização da assessoria de comunicação como uma área profissionalizada e estratégica (BONSANTO et al., 2021).

A década de 1960 também marcou um momento de intensa censura e controle sobre os meios de comunicação devido ao regime militar, e a assessoria de comunicação do governo teve que atuar de forma a garantir que a narrativa política fosse alinhada com os interesses do regime. Durante esse período, a função da assessoria foi primordial para manter a imagem pública do governo, utilizando as mídias de forma estratégica. Embora muitas vezes atuando em um contexto de restrição da liberdade de expressão, essa fase foi fundamental para o amadurecimento da assessoria de comunicação como uma ferramenta de gerenciamento da imagem pública (DE ANDRADE; PEREIRA, 2020).

Com o processo de redemocratização dos anos 1980, a assessoria de comunicação no setor público passou a se alinhar mais com os princípios de transparência e com a necessidade de aproximação do governo com a sociedade. A criação de novos mecanismos de participação social, como os Conselhos de Comunicação Social, proporcionou um novo espaço para a atuação da assessoria de comunicação, que começou a se preocupar com a prestação de contas e com a ética na comunicação. Nesse contexto, a comunicação pública passou a ser mais voltada para a construção de diálogos com a população e para a promoção de uma imagem mais transparente das instituições governamentais (FREIRE et al., 2021).

Durante os anos 1990, a chegada da internet e o crescimento das redes sociais transformaram profundamente a comunicação, tanto no setor público quanto no privado. As assessorias de comunicação, agora mais estruturadas e profissionais, passaram a integrar as novas tecnologias à sua atuação, utilizando sites, e-mails e outras ferramentas digitais para ampliar o alcance e a interação com a população. A comunicação se tornou mais imediata e dinâmica, e a gestão da reputação pública passou a ser uma das principais preocupações da assessoria de

comunicação. Esse período também marcou o início da comunicação digital como um elemento essencial na estratégia de comunicação do setor público (PRADO, 2024).

Na atualidade, a assessoria de comunicação no Brasil tem um papel fundamental na gestão da imagem pública das administrações públicas, garantindo que a comunicação institucional seja clara, acessível e transparente. O assessor de comunicação, além de ser um mediador entre o governo e a população, tem se tornado um estrategista, responsável por construir e manter a credibilidade da gestão pública. O avanço das tecnologias digitais trouxe novos desafios e oportunidades para a área, já que os meios digitais permitem uma comunicação mais direta e personalizada, mas também exigem um cuidado redobrado no enfrentamento de crises e na gestão da imagem institucional em tempos de desinformação (BONSANTO et al., 2021).

Em um contexto em que a transparência e a participação social são exigências crescentes, a assessoria de comunicação no Brasil também desempenha um papel crucial no combate à desinformação. Em tempos de crises, como as ocasionadas por pandemias ou escândalos políticos, a comunicação pública tem um papel vital na construção de narrativas confiáveis e na disseminação de informações claras e objetivas. Durante a pandemia de COVID-19, por exemplo, as assessorias de comunicação desempenharam um papel central na orientação da população, disseminando informações sobre a saúde pública e medidas preventivas, enquanto gerenciavam a imagem das instituições e autoridades públicas (FREIRE et al., 2021).

Essa evolução da assessoria de comunicação reflete um amadurecimento das práticas comunicacionais no setor público, passando de uma mera ferramenta de promoção institucional para um componente essencial da gestão pública, com funções que vão da mediação de crises até o fortalecimento da democracia. A transparência nas ações governamentais, a inclusão da sociedade nos processos decisórios e a construção de uma comunicação ética e responsável são elementos que continuam a nortear a atuação das assessorias de comunicação, tanto no Brasil quanto em outros países (DE ANDRADE; PEREIRA, 2020).

A assessoria de comunicação no Brasil não é mais apenas um departamento de marketing ou publicidade, mas uma área estratégica, responsável por articular a imagem pública das administrações e interagir com a sociedade de forma mais

eficaz. Com a evolução das tecnologias e a mudança nas demandas sociais, essa área segue se adaptando, garantindo que as informações públicas cheguem de forma transparente e eficiente aos cidadãos, ajudando na construção de uma sociedade mais informada e participativa (PRADO, 2024).

2.2 A IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO NO SETOR PÚBLICO

A assessoria de comunicação no setor público tem se tornado cada vez mais relevante, especialmente devido à crescente demanda por maior transparência e aproximação entre o governo e a população. Uma das principais contribuições da assessoria de comunicação para o setor público é justamente a promoção da transparência das ações governamentais. As instituições públicas, muitas vezes, enfrentam desafios na comunicação com seus cidadãos, que podem ter dificuldade em compreender as políticas públicas e como essas impactam suas vidas. Nesse contexto, a assessoria de comunicação é essencial para assegurar que as informações cheguem de forma clara, acessível e sem distorções, contribuindo diretamente para a conscientização da população sobre as atividades do governo (DA SILVA, 2023).

Além de informar, a assessoria de comunicação também desempenha um papel fundamental no fortalecimento da relação entre o governo e a população. Para que haja uma interação eficaz, é necessário que a comunicação seja bidirecional, ou seja, que não apenas as autoridades comuniquem suas ações, mas que também ouçam as demandas e preocupações da sociedade. Através de canais como redes sociais, sites institucionais e serviços de atendimento ao público, a assessoria facilita a troca de informações, permitindo que a população participe ativamente do processo democrático e se sinta parte das decisões políticas que afetam seu cotidiano (DALTRO et al., 2021).

A gestão eficaz da comunicação pública também se reflete no uso de dados e informações, que podem ser visualizados de maneira acessível e atrativa para o público. O uso de gráficos, tabelas e outros recursos visuais facilita a compreensão de números e indicadores que, de outra forma, poderiam ser difíceis de entender para a população em geral. Nesse sentido, a assessoria de comunicação contribui para a educação e esclarecimento da sociedade, criando materiais que detalham os números e explicam sua relevância para o bom funcionamento das políticas

públicas, como demonstrado no uso de visualizações de dados em avaliações de prestações de contas municipais (RAMOS; TEIXEIRA, 2022).

Outro ponto crucial para o fortalecimento da comunicação no setor público é o uso de ferramentas digitais e mídias sociais. A transformação digital das administrações públicas permitiu que as instituições se aproximassem ainda mais da sociedade, oferecendo novos meios de comunicação e interação. A presença online se torna uma ferramenta poderosa para disseminação de informações, como no caso das prefeituras que utilizam as mídias sociais para engajar a população em ações locais, promover campanhas educativas e esclarecer dúvidas. A assessoria de comunicação tem o desafio de gerenciar essas plataformas de maneira eficaz, garantindo que a comunicação seja ágil e alcance o público desejado de forma eficiente (DALTRO et al., 2021).

A assessoria de comunicação no setor público também desempenha um papel importante na utilização do inbound marketing, uma estratégia de comunicação que visa atrair, engajar e converter a audiência de maneira mais orgânica. Embora o *inbound marketing*² tenha se popularizado principalmente no setor privado, sua aplicação no setor público tem mostrado resultados positivos, principalmente em municípios que buscam engajar seus cidadãos de forma mais proativa. Essa abordagem permite que o governo se comunique de forma mais eficaz e que a população participe mais ativamente das ações públicas, promovendo uma maior interação e engajamento (DA SILVA, 2023).

A transparência das ações governamentais e a disseminação de informações também estão intimamente relacionadas à confiança da população nas instituições públicas. Quando o governo se comunica de forma clara, honesta e eficaz, a confiança da sociedade tende a aumentar, contribuindo para a melhoria da imagem institucional. As assessorias de comunicação desempenham um papel fundamental na construção dessa confiança, garantindo que as políticas públicas sejam compreendidas e que as ações do governo sejam vistas como positivas e alinhadas com os interesses da população (RAMOS; TEIXEIRA, 2022).

Além disso, a assessoria de comunicação ajuda na gestão de crises, um aspecto importante da comunicação pública. Em momentos de crise, como desastres naturais, escândalos políticos ou emergências de saúde pública, a

² Inbound marketing é uma estratégia de marketing digital que busca atrair e engajar clientes por meio de conteúdos relevantes e de valor, em vez de interromper o público com anúncios diretos.

assessoria de comunicação tem a responsabilidade de fornecer informações rápidas, precisas e claras, ajudando a controlar a narrativa e a evitar desinformação. A comunicação eficiente durante uma crise pode ser crucial para manter a população tranquila e informada, além de preservar a credibilidade do governo e a confiança da sociedade (DA SILVA, 2023).

As ações de comunicação pública também devem ser avaliadas constantemente para garantir que estejam atingindo seus objetivos. A assessoria de comunicação, ao monitorar o impacto das campanhas e da divulgação das informações, consegue ajustar suas estratégias conforme necessário. Ferramentas de análise de dados e *feedback* da população podem ser utilizadas para melhorar a comunicação e adaptar as mensagens às necessidades da sociedade. Essa avaliação contínua é essencial para garantir que a comunicação seja sempre relevante e eficaz, contribuindo para a melhoria contínua das políticas públicas (RAMOS; TEIXEIRA, 2022).

Além de tudo isso, a assessoria de comunicação também tem um papel educativo, promovendo a conscientização da população sobre direitos civis e deveres cívicos. Isso inclui a divulgação de informações sobre eleições, saúde pública, segurança e educação. Por meio de campanhas educativas, a assessoria de comunicação contribui para a formação de uma sociedade mais bem informada e engajada com as questões públicas. Esses esforços são fundamentais para fortalecer a democracia, pois uma população bem-informada tem mais condições de participar ativamente dos processos políticos (FERREIRA, 2021).

2.3 ASSESSORIA E COMUNICACAO NA ALECE

Em um órgão público como a Assembleia Legislativa do Estado do Ceará (ALECE), além da Assessoria de Comunicação e *Marketing*, os setores de comunicação que integram a Coordenadoria de Comunicação da Casa, têm papel estratégico na construção e no fortalecimento da imagem institucional perante a sociedade.

Trabalhando de forma alinhada e integrada, cada área cumpre funções complementares que garantem uma comunicação eficiente, transparente e capaz de aproximar o Parlamento da população cearense. Seja por meio de notícias, conteúdos audiovisuais, campanhas informativas ou coberturas jornalísticas, o

objetivo é mostrar à sociedade o trabalho realizado pela Casa, reforçando a credibilidade, a transparência e o compromisso com o interesse público.

Essa sintonia entre os órgãos de comunicação e a Assessoria é fundamental para transmitir informações de forma clara, correta e acessível, contribuindo para que o cidadão compreenda e acompanhe de perto a atuação do Poder Legislativo.

A Agência de Notícias da Alece, é uma das principais fontes oficiais da Casa do Povo e contribui com a transparência da atividade parlamentar, a difusão dos trabalhos da Casa e estimula o compartilhamento das ações com a sociedade. A cobertura do Plenário 13 de maio, informa para a população a aprovação dos projetos de lei que impactam a vida dos cearenses, dá ciência sobre os assuntos em discussão na Alece e transparência das ações. As notícias são reproduzidas nos principais portais do Estado e veículos de TV e Rádio, contribuindo para dar visibilidade ao Poder Legislativo.

O Núcleo de Comunicação Interna também funciona como um órgão que atua diariamente para desconstruir a imagem negativa que o setor público tem na sociedade. Por meio da cobertura diária dos setores que fazem a Casa do Povo, ele "presta contas" e revela como os servidores e órgãos são atuantes e se destacam com a divulgação de premiações conquistadas por servidores e pela Assembleia Legislativa, balanço de atendimentos dos setores (que reforça em números o trabalho desempenhado no ano).

Os demais veículos Alece TV, Alece FM, Alece Mídias e Revista Plenário atuam com o mesmo propósito disseminando informações relevantes para construir e manter uma boa imagem.

3 METODOLOGIA

A metodologia escolhida para a pesquisa se alinha com a proposta e ajuda a alcançar resultados que estejam alinhados com os objetivos declarados. A pesquisa é enfatizada como um princípio fundamental para construir e avançar o conhecimento em um campo específico, abrindo novos caminhos para exploração e estudo.

Desta forma, a presente pesquisa adota o método de revisão bibliográfica, fundamentando-se em literatura científica e acadêmica de caráter diversificado e reconhecida relevância. Foram utilizados como fontes periódicos científicos, livros,

manuals técnicos, tratados, publicações acadêmicas e materiais disponíveis em meio digital. Além disso, foram incorporadas teses, dissertações, artigos, monografias e conteúdos traduzidos que contribuem para a compreensão aprofundada do objeto de estudo.

O processo de levantamento bibliográfico ocorreu em etapas sistematizadas. Inicialmente, realizou-se uma busca ampla em bases de dados e acervos digitais, priorizando trabalhos que apresentassem pertinência temática e atualidade em relação ao problema investigado. Em seguida, procedeu-se à leitura exploratória e seletiva dos materiais, com o objetivo de identificar a relevância de cada obra para os objetivos da pesquisa.

Posteriormente, foi conduzida a leitura analítica e crítica das fontes selecionadas, buscando identificar convergências, divergências, lacunas e contribuições significativas na literatura. Essa etapa envolveu a avaliação da consistência teórica, da qualidade metodológica dos estudos consultados e da adequação dos dados apresentados. Todas as referências foram devidamente registradas, observando-se os nomes dos autores, ano de publicação e demais elementos normativos exigidos.

Na fase conclusiva da metodologia, procedeu-se à organização e síntese crítica das informações levantadas, com o intuito de estruturar um corpo teórico coeso e articulado. Essa análise permitiu destacar elementos essenciais para responder à problemática proposta e alcançar os objetivos delineados. Dessa forma, a revisão bibliográfica não se limitou à simples descrição das fontes, mas constituiu um exercício de interpretação crítica, capaz de sustentar teoricamente o desenvolvimento da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 ESTRATÉGIAS DE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO PARA MELHORAR A IMAGEM DO SETOR PÚBLICO

A assessoria de comunicação no setor público tem como um dos principais objetivos melhorar a imagem das instituições governamentais. Em um cenário de crescente exigência por transparência e participação da sociedade, as estratégias de comunicação institucional se tornam cada vez mais essenciais para fortalecer a

confiança pública nas ações do governo. A comunicação institucional busca transmitir as políticas públicas e as ações do governo de maneira clara, objetiva e acessível, mostrando o compromisso com o interesse coletivo. Esse tipo de comunicação deve ser constante, com a finalidade de criar uma imagem sólida e positiva das administrações públicas e de seus representantes, como observa Teixeira e Fort (2023), que destacam o impacto da comunicação no fortalecimento da imagem institucional em um contexto midiático crescente.

Uma das estratégias fundamentais para melhorar a imagem do setor público é a efetiva prestação de contas. Isso implica a necessidade de o governo ser transparente em relação aos recursos públicos e à aplicação das políticas públicas. A assessoria de comunicação desempenha um papel crucial nesse processo, criando campanhas informativas que detalham como os recursos são utilizados, os benefícios gerados pelas ações do governo e os resultados alcançados. Dessa forma, a população tem acesso a informações claras e diretas, o que fortalece a confiança na gestão pública e reduz a percepção de corrupção e ineficiência. Segundo Figueiredo e de Sá (2021), a prestação de contas eficaz é vital para a construção de uma relação sólida entre o governo e seus cidadãos, especialmente em momentos de crise.

A divulgação de resultados por meio de balanços e números é outra estratégia eficaz para melhorar a imagem do setor público. Os balanços de Governo, que podem incluir tanto o desempenho financeiro quanto a execução de políticas públicas, são fundamentais para mostrar à população o impacto das ações do governo. A assessoria de comunicação deve garantir que esses números sejam apresentados de forma compreensível, utilizando gráficos, infográficos e outros recursos visuais que facilitem a interpretação. Quando a sociedade tem acesso a esses resultados de maneira clara e objetiva, ela se sente mais segura sobre o direcionamento do governo e mais disposta a confiar nas decisões tomadas. Como discutido por Machado (2021) que destaca a importância da comunicação institucional na gestão da percepção pública.

Além de divulgar os resultados, a assessoria de comunicação também deve estar atenta à comunicação de resultados negativos ou parciais. Ao invés de ocultar ou distorcer informações, a comunicação deve ser honesta e transparente, abordando as dificuldades enfrentadas e os planos para superá-las. Essa postura aumenta a credibilidade do governo, pois a população reconhece que as

administrações públicas estão dispostas a encarar os desafios e a aprender com os erros, demonstrando responsabilidade e comprometimento com o interesse coletivo, como evidenciado por Pereira (2020), que discute a importância da transparência em instituições públicas.

O combate à desinformação também é um desafio crescente para as assessorias de comunicação no setor público. Em um mundo onde as fake news se espalham rapidamente, a assessoria de comunicação precisa ser ágil na correção de informações falsas e na disseminação de dados verídicos. Uma das maneiras de combater a desinformação é garantir a presença ativa do governo nas redes sociais e em outros canais de comunicação, onde a população possa acessar informações corretas de fontes confiáveis. Além disso, a assessoria de comunicação deve incentivar a população a buscar informações nos canais oficiais, promovendo a conscientização sobre a importância de acessar fontes fidedignas, conforme apontado por Nascimento et al. (2023), que enfatizam a importância de uma comunicação estratégica para mitigar os impactos da desinformação.

As redes sociais, por sua natureza interativa, são uma ferramenta essencial para combater a desinformação e promover a transparência governamental. A assessoria de comunicação deve ser proativa na utilização dessas plataformas, monitorando o que está sendo dito sobre o governo e corrigindo informações equivocadas de forma rápida e eficaz. Ao mesmo tempo, é importante que a comunicação institucional seja mantida nos canais tradicionais, como rádio, televisão e jornais, para alcançar um público mais amplo e diversificado. A combinação de canais digitais e tradicionais contribui para garantir que a mensagem oficial seja transmitida de forma abrangente. De acordo com Figueiredo e de Sá (2021), o uso eficiente de diferentes plataformas amplia a cobertura da comunicação e fortalece a confiabilidade do governo.

Outro aspecto fundamental no combate à desinformação é a educação da população sobre como identificar fontes confiáveis de informação. A assessoria de comunicação pode promover campanhas de conscientização sobre o uso responsável das redes sociais e a importância de verificar as informações antes de compartilhá-las. Esse tipo de abordagem não apenas combate a desinformação de maneira mais eficiente, mas também fortalece a imagem do governo como uma entidade responsável e comprometida com a educação e a transparência. A reflexão de Teixeira e Fort (2023) sobre a importância da educação midiática para o

fortalecimento da imagem institucional é pertinente nesse contexto, já que promove a conscientização do público em relação às práticas de comunicação.

A transparência governamental também envolve a criação de canais de comunicação acessíveis para que os cidadãos possam esclarecer dúvidas e buscar informações. A assessoria de comunicação deve facilitar o acesso à informação, criando plataformas interativas e ágeis, como sites de consulta pública, *chatbots*³ e atendimento eletrônico. Esses canais devem ser constantemente atualizados com informações relevantes, como leis, decretos, relatórios de atividades e outros documentos oficiais. Isso proporciona à população a oportunidade de se manter bem-informada sobre as ações do governo e aumenta a percepção de que o governo está disposto a ouvir e a dialogar com os cidadãos, conforme mencionado por Pereira (2020), que ressalta a importância da acessibilidade nas comunicações governamentais.

Uma comunicação eficaz no setor público também depende da capacidade de adaptar a mensagem às necessidades de diferentes públicos. A assessoria de comunicação deve ser capaz de segmentar a comunicação para diferentes grupos, como jovens, idosos, trabalhadores e comunidades em situação de vulnerabilidade. Cada um desses grupos pode ter diferentes formas de consumir informação, e a comunicação institucional precisa ser adaptada para alcançar todos de maneira eficaz. Por exemplo, campanhas para os mais jovens podem ser veiculadas por meio de redes sociais, enquanto informações para a terceira idade podem ser disseminadas por meio de rádios e jornais locais. Machado (2021) discute como a personalização da comunicação é essencial para alcançar a diversidade de públicos.

Para além da divulgação de resultados e da gestão de crises, a assessoria de comunicação também deve trabalhar na construção de uma imagem positiva do governo por meio de ações cotidianas. Isso inclui a promoção de políticas públicas que impactam positivamente a vida das pessoas, como programas de saúde, educação e segurança. A comunicação dessas ações deve ser feita de forma estratégica, destacando os benefícios gerados para a população e evidenciando os esforços feitos pelo governo para melhorar a qualidade de vida da sociedade. Quanto mais a população vê resultados concretos e positivos, mais ela tende a confiar na gestão pública. A importância da comunicação institucional na construção

³ **Chatbots** são programas de computador desenvolvidos para simular conversas com seres humanos, geralmente por meio de texto ou voz

de uma imagem positiva é abordada por Nascimento et al. (2023), que destacam a comunicação como ferramenta estratégica de imagem.

A comunicação institucional no setor público também deve focar na criação de um ambiente de diálogo constante entre o governo e a sociedade. Isso envolve a realização de consultas públicas, audiências e fóruns de discussão, onde os cidadãos possam expressar suas opiniões e sugestões sobre as políticas públicas. A assessoria de comunicação deve ser responsável por promover esses espaços de participação e por garantir que as contribuições da sociedade sejam ouvidas e consideradas nas decisões do governo. Esse tipo de interação contribui para a construção de uma relação mais transparente e de confiança entre o governo e a população, como afirmado por Teixeira e Fort (2023), que enfatizam a importância do diálogo na construção da legitimidade institucional.

O fortalecimento da imagem do setor público também passa pela promoção de uma comunicação inclusiva, que leve em consideração a diversidade da população. A assessoria de comunicação deve garantir que a comunicação institucional seja acessível a todos, incluindo grupos marginalizados ou com dificuldades de acesso à informação, como pessoas com deficiência e populações rurais ou periféricas. Isso pode ser feito por meio de conteúdos em formatos acessíveis, como legendas, traduções em libras e versões em *braille*, além de garantir a presença de informações em diferentes idiomas para grupos étnicos ou migrantes. A construção de uma comunicação inclusiva é um dos pontos destacados por Figueiredo e de Sá (2021), que ressaltam a importância de uma comunicação pública que atenda a todas as camadas da sociedade.

Em um mundo cada vez mais interconectado, onde as notícias se espalham rapidamente, a assessoria de comunicação no setor público deve ser ágil e eficiente. Para isso, é necessário estabelecer estratégias de monitoramento da mídia e das redes sociais, que possibilitem à assessoria identificar rapidamente eventuais crises de imagem e agir de forma preventiva. Isso inclui a criação de equipes dedicadas ao monitoramento de notícias, bem como a implementação de sistemas que alertem para boatos ou informações equivocadas que possam prejudicar a imagem do governo. Machado (2021) discute a importância do monitoramento da mídia para a gestão da imagem pública, especialmente em tempos de crise.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conclusão, a assessoria de comunicação desempenha um papel estratégico no setor público, sendo essencial para a construção e manutenção de uma comunicação clara, transparente e eficiente entre o governo e a sociedade. Sua atuação vai além da simples divulgação de informações, envolvendo a criação de uma narrativa que reflita a realidade das ações governamentais e que engaje a população no processo democrático. Ao adotar práticas de comunicação institucional bem estruturadas, as assessorias têm a capacidade de fortalecer a imagem do governo e promover a confiança pública.

Além disso, as assessorias de comunicação no setor público enfrentam desafios significativos, como o combate à desinformação e a necessidade de garantir que as mensagens governamentais cheguem a todos os segmentos da sociedade. Isso exige uma adaptação constante às novas ferramentas de comunicação, como as redes sociais, que permitem um contato mais direto com a população, mas que também exigem maior agilidade e precisão na transmissão de informações. Nesse contexto, a assessoria se torna um elemento crucial para a gestão da informação e para a promoção de um ambiente público mais participativo e transparente.

A atuação da assessoria de comunicação também contribui para a construção de uma governança democrática, ao assegurar que as decisões e políticas públicas sejam acessíveis e compreendidas pela população. Ao promover a transparência e a prestação de contas, as assessorias não apenas facilitam o acesso à informação, mas também incentivam a participação cidadã, permitindo que os cidadãos se envolvam de maneira mais ativa nas questões que impactam suas vidas. A comunicação pública eficaz é um elemento-chave para o fortalecimento da democracia e para a criação de um governo mais responsável e próximo das necessidades da população.

Por fim, este estudo destaca a importância da assessoria de comunicação como ferramenta indispensável para a gestão pública contemporânea. À medida que a sociedade exige maior transparência e participação, as assessorias têm a responsabilidade de adotar estratégias inovadoras e inclusivas, garantindo que as informações sobre políticas públicas e ações governamentais sejam disseminadas de maneira eficiente e acessível. Ao cumprir essa função, as assessorias de

comunicação não apenas melhoram a imagem do setor público, mas também promovem uma sociedade mais informada e engajada nos processos democráticos.

REFERÊNCIAS

BONSANTO, André et al. Narrativas “historiográfico-midiáticas” na era da pós-verdade: Brasil Paralelo e o revisionismo histórico para além das fake news. **Liinc em Revista**, v. 17, n. 1, p. e5631-e5631, 2021.

DA SILVA, Allan Elias. A viabilidade do inbound marketing no setor público—um estudo de caso do município de presidente prudente/sp. **Revista foco**, v. 16, n. 5, p. e1697-e1697, 2023.

DALTRO, Emanuelle; DOS SANTOS, Marques; DA SILVA, Mirl. **Transformação Digital para Além da Tecnologia Uma Análise sobre as Pessoas e os Processos Relacionados com o Uso das Mídias Sociais na Prefeitura de Salvador-Bahia**. Procedimentos CONF-IRM, 2021.

DE ANDRADE, Ivanise Hilbig; PEREIRA, Elaine Carmona. A produção de sentidos sobre o Vale do Jequitinhonha pela TV Praça: um gesto de olhar para a Comunicação Comunitária. **Revista Alterjor**, v. 22, n. 2, p. 145-162, 2020.

DE CÁSSIA FERREIRA, Lúcia. Foto Digital Como Documento Público: O Acervo Fotográfico Da Assessoria De Comunicação Da Prefeitura De Timóteo/Mg. **Latin American Journal of Business Management**, v. 12, n. 1, 2021.

DE OLIVEIRA SILVA, Gustavo Alexandre; DA SILVA, André Vasconcelos. Comunicação organizacional em instituições de ensino: uma análise comparativa. **Humanidades E Tecnologia (Finom)**, v. 24, n. 1, p. 283-329, 2020.

PRADO, Thâmara Carla Gonzaga; DE VASCONCELOS ANDRADE, Roberia de Lourdes; ANDRADE DOS SANTOS, Magnólia Rejane. Divulgação Científica e Assessoria de Comunicação: Reportagem Sobre Pesquisa em Sites de Universidades Públicas da Região Nordeste do Brasil. **Revista FSA**, v. 21, n. 6, 2024.

FIGUEIREDO, Teresa; DE SÁ, Sónia. O papel da assessoria de comunicação na mediatização da imagem pública e institucional: estudo de caso do Ministério da Saúde Português em situação de pandemia. **Estudos em Comunicação**, n. 32, 2021.

FREIRE, Neyson Pinheiro et al. Notícias sobre a Enfermagem Brasileira na pandemia da COVID-19. **Acta Paulista de Enfermagem**, v. 34, p. eAPE02273, 2021.

MACHADO, Mara Dubugras. Comunicação institucional. **Editora Senac São Paulo**, 2021.

MONTEIRO, Pablo; CENTRO UNIVERSITÁRIO, U. N. D. B.; SÃO LUÍS, M. A. **A Divulgação da Ciência pelas Assessorias de Comunicação de Instituições de Ensino Superior: Um Olhar Sobre a Atuação da Universidade Federal Do Maranhão**¹. In: Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 42o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2019.

MOSER, Laís Campos. A produção acadêmica na área de Comunicação Organizacional: um recorte a partir das pesquisas sobre comunicação e Instituições de Ensino Superior (IES). In: **Anais do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2021.

NASCIMENTO, Jamilly Silva do et al. **Comunicação pública**: um estudo de caso sobre a assessoria de imprensa da Secretaria de Estado de Administração Penitenciária do Amazonas. Universidade Federal do Amazonas, 2023.

PEREIRA, Izabela Cavalcanti. **A dinâmica da comunicação institucional**: Um estudo de caso da comunicação do Ministério Público do estado de Pernambuco, de 2014 a 2018 (Brasil). Universidade de Lisboa (Portugal), 2020. Dissertação de Mestrado.

RAMALHO, Raul; GRADIM, Anabela. Divulgação da ciência na universidade pública: análise de conteúdo de informativo produzido por uma assessoria de comunicação. **Intexto**, n. 53, p. 107073-107073, 2022.

RAMOS, Betina Machado; TEIXEIRA, Tattiana Gonçalves. O que os números contam sobre os municípios? Um modelo de visualização de dados do Parecer Prévio sobre Prestações de Contas Municipais. **Iniciacom**, v. 11, n. 02, 2022.

TEIXEIRA, Raphael Moroz; FORT, Mônica Cristine. O Papel Da Assessoria De Comunicação No Contexto Da Midiatização. **Comunicação & Inovação**, v. 24, p. e20238805-e20238805, 2023.