
A comunicação pública do mandato da deputada federal Sâmia Bomfim⁵⁷

The public communication of congresswoman Sâmia Bomfim's mandate

Kallany Ruiz de Souza⁵⁸
Carlise Nascimento Borges⁵⁹

RESUMO

O presente trabalho tem a proposta de apresentar a comunicação pública como parte essencial dos relacionamentos entre mandatos políticos de parlamentares femininas e os cidadãos na sociedade, fazendo isso através de um estudo empírico sobre a comunicação do mandato da deputada federal Sâmia Bomfim. Para tanto, trazemos por meio de pesquisa bibliográfica conceitos e práticas da comunicação pública e para a pesquisa de campo de abordagem qualitativa, utilizamos as técnicas de observação participante e entrevista em profundidade. Por meio das análises dos principais canais de comunicação utilizados por Sâmia e sua equipe, verificamos que a comunicação pública é presente nos diálogos entre o mandato e os cidadãos.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação pública; Parlamentares femininas; Sâmia Bomfim

ABSTRACT

This article proposes presenting public communication as an essential part of the relationship between women's political mandates and citizens, doing so through an empirical study on the communication of congresswoman's Sâmia Bomfim mandate. Therefore, we bring concepts and practices of public communication through bibliographical research and a field research with qualitative approach is done with the techniques of participant observation and in-depth interview. Through the analysis of the main channels of communication used by Sâmia and her staff, we verify that public communication is present in the dialogues between her mandate and the citizens.

KEYWORDS: Public communication; Female parliamentarians; Sâmia Bomfim.

INTRODUÇÃO

⁵⁷ Artigo extraído do trabalho de conclusão de curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas, da Faculdade Paulus de Comunicação (FAPCOM).

⁵⁸ Recém-graduada em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas pela Faculdade Paulus de Comunicação (FAPCOM), e-mail: kallanyruiz@outlook.com

⁵⁹ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Faculdade Paulus de Comunicação (FAPCOM), e-mail: carlise.borges@fapcom.edu.br

Falar de comunicação pública e principalmente da sua atuação no meio político é um grande desafio, que se deve antes de tudo, por algumas ambiguidades de como foi conduzida em toda a história da democracia brasileira. Quando olhamos para a história da comunicação pública dentro da política brasileira, desde os períodos ditatoriais até depois da redemocratização, percebemos que ela foi usada, quase sempre, para promover a imagem dos governantes e de seus planos de governo, e não integrada ao diálogo entre Estado e sociedade, como defendem muitos teóricos (NOVELLI, 2009; WEBER, 2011).

Pensando nesse contexto da comunicação no meio político brasileiro decidimos pesquisar⁶⁰ como a comunicação pública se integra às estratégias de diálogo entre mandatos políticos e a população em geral. Para tanto, optamos por fazer esse estudo a partir de um mandato que fosse jovem e feminino, por representar uma ruptura no padrão maculino e de idade avançada que há no meio político. Diante disso, justificamos nosso tema de pesquisa e apresentamos nosso problema: “Como parlamentares femininas incorporam a comunicação pública em seus diálogos com os cidadãos?” Como objeto empírico escolhemos a comunicação do mandato da deputada federal Sâmia Bomfim.

A escolha da deputada se deve ao fato dela ser uma mulher ainda jovem, atuando em um ambiente predominantemente masculino e de idade mais avançada e por estar se tornando cada vez mais popular⁶¹ com sua atuação como deputada federal (seu mandato mais recente) utilizando uma comunicação de linguagem informal e que parece ser próxima do cidadão.

Desta forma, o objetivo geral da pesquisa foi compreender como parlamentares femininas se valem da comunicação pública no diálogo com os cidadãos. Por isso este artigo está organizado da seguinte forma: primeiro abordaremos os conceitos e práticas da comunicação pública, após falaremos sobre nossa metodologia de pesquisa e encerraremos o artigo com a análise da comunicação do mandato de Sâmia Bomfim.

1. COMUNICAÇÃO PÚBLICA: CONCEITOS E PRÁTICAS

⁶⁰ A pesquisa começou no programa de iniciação científica e foi aperfeiçoada e finalizada na monografia de conclusão de curso.

⁶¹ Sâmia foi a 9ª deputada mais bem votada na categoria de melhores deputados do Prêmio Congresso em Foco de 2019: <https://congressoemfoco.uol.com.br/congresso-em-foco/premio-congresso-em-foco/veja-a-lista-completa-dos-ganhadores-do-premio-congresso-em-foco-2019/#1568861934542-59adfec7-8baa>

Quando pensamos em comunicação pública a primeira característica fundamental que precisamos ter em mente, é que sua existência e permanência só se faz possível através da democracia, pois ela tem como base a dialética, ou seja, o diálogo entre pessoas ou esferas diferentes, o que só acontece em um ambiente que seja democrático e aberto para a discussão e a livre troca de ideias. Sendo assim, a comunicação pública funciona como um instrumento mediador das relações entre diferentes esferas que se comunicam no espaço público. Para Célia Escudero (2017, p. 57),

A comunicação pública tem em sua natureza pública essas possibilidades de conexão, pois está em sua gênese o acesso e a liberdade de todos os cidadãos ao espaço público. O pano de fundo da comunicação pública é a democracia. Só nesse contexto é possível a liberdade de movimentação da sociedade civil no espaço público.

E falando sobre democracia, é preciso haver pluralidade para que tal regime exista, de forma que as necessidades de diferentes pessoas sejam ouvidas e atendidas, tendo em vista que cada indivíduo enxerga os problemas da vida coletiva ou pública de uma maneira diferente e nenhuma visão de mundo deve ter mais importância do que a outra (DANTAS; SILVA, 2018).

Humberto Dantas e Bruno Souza da Silva (2018, p. 34) falam sobre a pluralidade que deve existir dentro da democracia:

Os regimes democráticos são formados a partir das diferenças de valores, opiniões, desejos e expectativas dos cidadãos em relação ao que se esperar das decisões políticas. Por esse motivo o diálogo é fundamental na construção de toda e qualquer democracia. Ele deve ser muito valorizado na construção das relações públicas cotidianas.

Com base em Escudero (2017) e nos autores Dantas e Silva (2018), compreendemos então que, se vivemos em uma sociedade estruturada sob um regime democrático, o esperado é que tenhamos uma comunicação pública integradora, que aproxime o cidadão do governo. Pois conforme eles afirmam, viver na coletividade exige uma comunicação que promova diálogo e não seja apenas informacional, de forma que o cidadão passa a ser não apenas

receptor, mas também agente dessa comunicação.

E por falar em cidadão como agente da comunicação, essa questão dialógica que envolve a relação entre cidadãos e Estado é o foco de Ana Lucia Novelli (2009) em seus estudos sobre comunicação pública. Para ela, não podemos mais pensar em uma comunicação entre instituição e usuário que continue sendo unidirecional, do emissor para o receptor, pois o cidadão ao mesmo tempo que é receptor, acaba sendo emissor também, já que é ele quem escolhe seus governantes e contribui com o orçamento das instituições públicas, é preciso haver diálogo, uma troca entre os dois lados.

Por essa razão, Novelli (2009) sustenta que a comunicação pública está ligada também ao relacionamento entre a instituição e o usuário-cidadão, podendo atuar em quatro etapas: a recepção do servidor ao usuário; a escuta das necessidades do usuário; o diálogo com o usuário e o próprio relacionamento com o usuário.

Nesta mesma linha, Weber (2011) argumenta que nas democracias a comunicação pública tem como principal objetivo criar meios necessários para que os cidadãos ouçam e opinem, visando transformar ações e informações sociais em interesses e ações políticas. No entanto, a autora também esmiúça a comunicação pública em seis estratégias que têm a função de ampliar a comunicação do Estado e garantir sua permanência com os cidadãos. As estratégias seriam: a visibilidade, que tem como foco a repercussão e a memória; a credibilidade, centrada no reconhecimento e na legitimidade das instituições; a autonomia, dedicando-se a um âmbito mais da burocracia e da instrumentalização; o relacionamento direto, gerando a interatividade e a participação dos cidadãos; a propaganda, fornecendo informação persuasiva; e, por fim, a imagem pública, provocando construir uma história e uma identidade (WEBER, 2011).

Já para Zémor (apud NOVELLI, 2009), em seus estudos o autor se refere a comunicação pública como uma responsabilidade formal das instituições públicas, ou seja, a comunicação pública deve ser promovida e estimulada pelo governo e pelos órgãos públicos, com a finalidade de trocar informações que sejam de utilidade pública. Para o autor a comunicação pública possui diferenças em relação a sua tipologia, classificando-a em três registros significativos: comunicação de informação e de explicação; comunicação de promoção ou valorização das instituições públicas; e comunicação de discussão ou proposição

de debate (ZÉMOR apud NOVELLI, 2009).

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Pegando como base as teorias de comunicação pública apresentadas acima, partimos para a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo de abordagem qualitativa, com o uso de entrevista e observação participante, por isso elaboramos todo nosso roteiro de pesquisa inspirado nos autores que acabamos de citar.

Explanando um pouco mais sobre os métodos de pesquisa utilizados, o objetivo da observação participante, de acordo com Marconi e Lakatos (2003), seria ganhar a confiança do grupo ou comunidade estudada, fazendo com que seus membros percebam a importância da sua investigação, mantendo o anonimato ou revelando sua missão ali, aquilo que melhor se adequar ao campo de pesquisa, buscando a maior qualidade possível dos dados.

A observação participante pode acontecer de forma “natural” ou “artificial”. Na observação “natural” o pesquisador pertence ao grupo em que está investigando e na “artificial” ele se integra ao grupo somente com a intenção de investigá-lo e obter informações para sua pesquisa (GIL, 2008). A observação realizada nesta pesquisa se enquadra como “natural” e se desenvolveu durante dois diferentes períodos: de março de 2018 a dezembro de 2018, com a pesquisa da iniciação científica e se aprofundou de janeiro de 2019 a novembro de 2019 com a monografia de conclusão de curso. Detalhamos a observação participante a seguir.

Após desenhar o problema de pesquisa, passamos a acompanhar o mandato da parlamentar mais de perto, olhando com mais criticidade os conteúdos publicados e a interação que havia entre ela e a população por meio das mídias digitais. Além disso, também nos cadastramos em seu *site* para receber outros conteúdos sobre seu trabalho via e-mail.

O primeiro contato com a deputada e sua equipe ocorreu quando Sâmia ainda era vereadora pelo PSOL (na época da pesquisa para a iniciação científica). Desde então, no decorrer da sua trajetória política, pudemos acompanhar sua campanha à deputada federal, sua vitória nas urnas e seu primeiro ano de mandato. Passamos a frequentar e a participar declaradamente como pesquisadores, das atividades em que Sâmia e sua equipe de

colaboradores participavam.

Durante essa convivência, nos integramos ao coletivo feminista “Juntas”, um grupo ligado ao partido, com foco político nas pautas das mulheres.

Fazer parte do coletivo e encontrar Sâmia e seus colaboradores com mais frequência nos possibilitou observar a complexidade que há por dentro de todo o seu trabalho, de maneira natural e participativa. Depois de nos integrarmos ao grupo participamos de várias manifestações sobre diferentes temas, onde pudemos ver também a interação de Sâmia com as pessoas nas ruas durante esses acontecimentos. Também acompanhamos as plenárias abertas à população, onde ela e outras pessoas do partido falavam sobre a atual conjuntura do país, expressavam suas opiniões e tiravam dúvidas das pessoas sobre diversas pautas, além de também ouvirem suas demandas e sugestões.

Quanto ao outro procedimento metodológico utilizado, a entrevista em profundidade, ela foi muito importante para que pudéssemos conversar melhor tanto com Sâmia quanto com sua equipe e saber como eles enxergavam o trabalho que construía. Duarte (2005) define a entrevista em profundidade como:

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer (DUARTE, 2005, p. 62).

Para a realização da entrevista elaboramos um roteiro de perguntas baseado em nossa pesquisa bibliográfica conforme quadro a seguir.

Quadro 1. Roteiro de entrevista com fundamentação teórica.

Bloco temático	Perguntas (Roteiro de Entrevista)	Autores
BLOCO 1		
Comunicação de informação e explicação (prestação de contas, visibilidade, memória, credibilidade e legitimidade)	De que forma acontece a prestação de contas ou são disponibilizadas as informações sobre o mandato para os cidadãos? Quais canais são utilizados para informar? (oficiais e extraoficiais).	Pierre Zémor e Maria Helena Weber
	Como é a linguagem utilizada pelo mandato para se comunicar com o cidadão? (Para informá-lo de algo, por exemplo). Há uma preocupação para que seja uma linguagem acessível?	
BLOCO 2		

Comunicação de discussão ou proposição de debate (escuta, diálogo, relacionamento e participação)	Quais os canais de comunicação utilizados pelo mandato com a função de ouvir as necessidades dos cidadãos?	Pierre Zémor, Ana Lúcia Novelli e Maria Helena Weber
	Como se dá o diálogo com os cidadãos através das redes sociais? (Por exemplo, como é selecionado quais os comentários mais pertinentes para responder).	
	O “Fale com o Deputado” no site da Câmara, disponibiliza um e-mail e telefone como canais oficiais de comunicação com a Sâmia. O cidadão costuma acessar ela ou a equipe por meio desses canais? E eles são respondidos através desses canais?	
	Como era o acesso dos cidadãos paulistas à “Câmara de Vereadores” e como é hoje na “Câmara de Deputados”? Como eles fazem para serem ouvidos pessoalmente por ela ou pela equipe do mandato?	
BLOCO 3		
Comunicação de promoção ou valorização (propaganda, persuasão, imagem pública)	Existe algum planejamento de conteúdo para as postagens nas redes sociais da deputada? Como é selecionado o que postar e o que não postar pensando na formação da imagem pública dela?	Pierre Zémor e Maria Helena Weber
	Como é feita a propaganda da deputada e do mandato? Como é trabalhada a imagem pública de ambos?	
	Existe algum profissional de comunicação na equipe que seja responsável somente por esta parte de trabalhar a imagem? Existe algum profissional de RP trabalhando na equipe ou com esta função?	

Fonte: Elaborado pelas autoras (2020).

3. ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO DO MANDATO DE SÂMIA BOMFIM

Neste tópico encontra-se uma análise da comunicação do mandato a partir de teóricos da área de comunicação pública; das respostas dadas em entrevista pela equipe de comunicação e a partir das percepções que tivemos com a observação participante que realizamos nesse tempo de convivência com o mandato. A análise parte dos principais canais utilizados por Sâmia para dialogar com o cidadão, tanto para prestar contas, quanto para ouvir as necessidades da população em geral.

3.1 Contato pessoal com a população

O primeiro canal analisado é o contato que Sâmia e seu mandato fazem pessoalmente com o cidadão, pois tal comunicação se demonstrou como ponto chave do trabalho que eles realizam. A equipe de comunicação aponta que mesmo diante de toda tecnologia que temos hoje e do quanto as redes sociais podem ter um grande alcance, os “folhetos” e o contato olho

no olho, ainda são fundamentais na comunicação com a população quando se trata de política. De acordo com a fala de Camila, integrante da equipe de comunicação do mandato,

[...] os panfletos ajudam a furar as bolhas de forma que você consegue ter um contato direto com a pessoa. Quantitativamente a comunicação nas redes pode ser muito eficaz, principalmente quando viraliza algo que postamos, mas qualitativamente a comunicação direta, olho no olho, ainda é mais efetiva.

Além disso os folhetos são materiais que servem de respaldo e consulta para as pessoas, uma vez que são acessíveis, bem explicativos e são uma ferramenta mais direta de comunicação nas ruas. Esses folhetos trazem como conteúdo ações da deputada e informativos sobre projetos de lei que estão em pauta na câmara dos deputados, colocando a visão dela sobre os temas. Algumas vezes também contêm convocações para manifestações de rua, como forma de impulsionar as mobilizações que estão acontecendo na cidade.

Estes materiais são entregues pelo menos uma vez por mês nas “banquinhas” realizadas por Sâmia e sua equipe nas ruas, com o objetivo de conversarem com as pessoas e prestarem contas do mandato. Já que com a distância devido ao cargo de deputada federal, Sâmia passa a maior parte do tempo em Brasília, o que torna mais difícil o contato pessoalmente com a população aqui no estado de São Paulo, o qual ela representa no Congresso Nacional.

Sâmia também costuma se deslocar de Brasília a São Paulo todas as sextas-feiras e permanecer no estado até as segundas-feiras. Procurando utilizar esse tempo em que está aqui para fazer trabalho de base e ter contato com a população pessoalmente, parando para conversar com as pessoas, visitando escolas, serviços de saúde, indo nas manifestações de rua, entre outras atividades.

3.2 O diálogo pelo e-mail de contato

Outro canal de comunicação bastante utilizado é o e-mail ‘contato@samiabomfim.com.br’ que é respondido por Aline, sua assessora de imprensa, também responsável pelas respostas às mensagens privadas nas redes sociais. Este canal é

utilizado para que a deputada preste contas através do “*mailing*”, com todos aqueles que se cadastraram em sua base para receberem mais informações do mandato. Também é utilizado para que o cidadão se comunique com Sâmia, contando suas necessidades, perguntando algo ou fazendo algum convite para ela, configurando mais um meio de diálogo onde tanto o mandato disponibiliza informações para a população quanto o cidadão entra em contato com o mandato.

A equipe envia e-mails para aqueles que se cadastraram no *site* por volta de duas vezes ao mês, mas quando tem algum caso mais urgente em pauta, ou uma votação mais complicada na câmara de deputados, eles enviam uma quantidade maior. Muitos dos e-mails enviados pela equipe são seguidos para os públicos de pautas específicas, mas quando é um assunto prioritário eles enviam para toda a lista.

Sobre os e-mails enviados para a equipe, eles recebem aproximadamente 30 novos e-mails diários, sem contar as respostas de e-mails anteriores. E o conteúdo dessas mensagens geralmente são campanhas que pessoas fazem pressionando os deputados para votar em determinado assunto e convites chamando a Sâmia para atividades.

O contato através e-mail funciona muito bem segundo a equipe de comunicação e é mais efetivo e organizado que as redes sociais. Em nossas análises, o contato por este e-mail vem sendo construído desde o mandato de vereadora, então já se criou um hábito de utilizá-lo. Existe também o e-mail oficial que fica disponível na aba “Fale com o Deputado” no site da Câmara dos Deputados, onde também é possível acessá-la. No entanto, nesse endereço de e-mail ela costuma receber informativos relacionados às atividades que desenvolve no Congresso e é sua equipe de Brasília a responsável pelas respostas.

3.3 O site samiabomfim.com.br

A equipe conta também com um site próprio para prestação de contas que é o “samiabomfim.com.br”, onde é possível encontrar uma vasta quantidade de informações sobre o mandato, textos que explicam a visão da conjuntura, projetos de leis, como estão as votações, opiniões da Sâmia e principais acontecimentos. Outro canal que vem sendo construído desde o começo do mandato de vereadora e por isso já se criou uma cultura por parte de seus eleitores de o acessarem.

O site é bastante intuitivo e fácil de navegar e quando foi feito no início de seu primeiro cargo político, tinha a intenção de ser um canal confiável para explicar diversas questões para a população de maneira didática e acessível. Há também uma proposta de colocar informações verdadeiras (em um combate às informações falsas da internet, as chamadas “fake News”), numa espécie de competição com a comunicação midiática, já que qualquer especulação sobre seu mandato poderia ser confirmada ou não através de seu site, onde a equipe sempre buscou divulgar informações oficiais antes que qualquer outro veículo divulgasse qualquer informação.

Essa estratégia da equipe da construção do site se associa ao que diz Weber (2010) sobre as estratégias de comunicação do Estado. A teoria explica que o Estado pode controlar apenas internamente sua visibilidade e por isso precisa ter a autonomia de falar de si primeiro e divulgar primeiro suas próprias informações, para evitar que as mídias divulguem antes dele informações que podem estar distorcidas.

Seguindo essa ideia de acessar informações oficiais do mandato, o cidadão também pode ter acesso à tais informações pelo site da própria Câmara dos Deputados. No entanto, o site não utiliza uma linguagem acessível e não é intuitivo e atrativo.

3.4 As mídias sociais da deputada

As redes sociais foram muito importantes para que a deputada conseguisse alcançar a popularidade que tem hoje. A rapidez das redes na interação com o público e principalmente o alcance que esses canais proporcionam fizeram com que os discursos e ações da Sâmia tivessem grande repercussão e ela se tornasse bastante conhecida. Atualmente as redes da Sâmia contam com aproximadamente 336 mil seguidores no Twitter, 593 mil seguidores no Facebook, 327 mil seguidores no Instagram e 20,6 mil seguidores no Youtube.

A frequência de postagem nas redes é em média 6 vezes ao dia, mas essa quantidade aumenta caso esteja acontecendo algo de maior importância na câmara de deputados em Brasília ou na agenda da deputada em São Paulo.

A rede central do mandato hoje é o Twitter, onde divulgam notícias com o posicionamento da deputada, opiniões em forma de aspas, vídeos de falas em plenário, informam sobre destinação, emendas parlamentares, tramitação de PLs, ações parlamentares

(audiências públicas, frentes etc). Além de iniciativas do próprio partido.

As redes sociais também são utilizadas como forma de registrar agendas e atividades por meio de vídeos e fotografias e também para impulsionar mobilizações e lutas sociais que a deputada apoia. Os formatos das publicações variam, utiliza-se cards, vídeos, fotos, textos, compartilhamento de links de notícias, entre outros.

Nas redes sociais a equipe da deputada desenvolve um trabalho tanto de mostrar a opinião da Sâmia sobre diversos temas como também de “publicizar” seus discursos em Brasília. A ideia é trazer também para esses veículos as informações que ficam disponíveis nos canais oficiais, como o site da Câmara, mas de uma maneira mais acessível, mais compreensível que no site oficial do governo.

Elas permitem também, através dos comentários, curtidas e mensagens privadas, que a equipe consiga ter um parâmetro sobre o que a população está pensando, a opinião do eleitorado sobre diversos assuntos e como eles estão se relacionando com determinados temas. Fazer essa mensuração é de extrema importância para eles.

Camila nos conta em entrevista que a equipe responde os comentários que são críticas construtivas ou agregam de alguma forma o trabalho do mandato, com bastante atenção, para que esses comentários subam e outras pessoas consigam ver tanto o comentário quanto a resposta da equipe também. Ela conta ainda que quando há muitas dúvidas, todos da equipe ajudam a responder ou eles compilam essas dúvidas sobre determinada pauta e lançam um texto nas redes respondendo todas elas, como por exemplo, a publicação “10 dúvidas sobre a reforma da previdência”.

3.5 Construção da imagem pública da Sâmia e do mandato

A construção da imagem da Sâmia e de seu mandato é uma pauta bastante complexa, pois a deputada começou a se destacar publicamente nas ruas através dos movimentos sociais, principalmente com o coletivo feminista “Juntas”, depois se elegeu vereadora e agora é deputada federal. Em cada uma dessas três fases precisou trabalhar sua imagem de forma diferente.

Como deputada Sâmia é julgada constantemente sobre sua capacidade de exercer o cargo, já que é mulher e jovem. Por isso precisou adotar uma postura mais séria e formal tanto

em questão de vestimenta, quanto em seus discursos, para mostrar que estava apta para o cargo e ganhar credibilidade com a população, mas procurando não perder sua essência, que nasceu das ruas e dos movimentos sociais.

Sendo assim, sua equipe conta em entrevista, que eles procuram trabalhar a imagem da Sâmia reforçando seus dois lados, que é a Sâmia em Brasília, com seus discursos fortes e uma vestimenta um pouco mais formal e a Sâmia com o povo nas manifestações, com uma vestimenta mais informal e ao lado da população.

Entretanto, falando de construção de imagem pública num sentido técnico e estratégico, o mandato encontra um pouco mais de dificuldade, pois eles não têm muitos profissionais de comunicação em sua equipe e nenhum para impulsionar sua imagem nesse sentido.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vimos durante esta pesquisa e principalmente através da observação participante o quanto Sâmia e sua equipe procuram construir uma política de diálogo com o cidadão, que tem o objetivo não apenas de informá-lo, mas também de ouvir e dialogar.

Construir essa política de diálogo atualmente é um desafio, pois conforme fala Haswani (2006), estamos vivendo um cenário de profunda crise de legitimidade das instituições públicas. Entretanto, a autora também reforça que esse cenário aparentemente ruim pode ser justamente a oportunidade que precisávamos para impulsionar mudanças na relação entre governo e sociedade e reconstruir uma comunicação pública que tenha uma identidade fundamentada na confiança e transparência, tendo os cidadãos como protagonistas desse processo (HASWANI, 2006). Acrescentamos à reflexão da autora, que no meio político, mandatos como o da Sâmia que se preocupam em estabelecer uma comunicação de diálogo e relacionamento com o cidadão, podem ser agentes importantes nessa transformação.

Falando do mandato gostaríamos de ressaltar a necessidade de existirem mais profissionais da área de comunicação na equipe, pois mesmo desenvolvendo um trabalho que vem crescendo e gerando resultados ao longo do tempo, pudemos perceber que é possível ainda se ter uma visão mais estratégica com base em técnicas que fazem parte da área de

comunicação. Pois estes profissionais são aptos a trabalhar os relacionamentos do mandato com diferentes esferas e dotados de ferramentas teóricas e técnicas que impulsionariam ainda mais a imagem da Sãmia e de seu mandato, além de zelar pela imagem de ambos trabalhando de forma preventiva, evitando ao máximo possíveis crises.

REFERÊNCIAS

DANTAS, Humberto; SILVA, Bruno Souza da. **Poder Legislativo Municipal: Entender de política começa por aqui**. Rio de Janeiro: Konrad Adenauer Stiftung, 2018.

DUARTE, Jorge. Entrevista em Profundidade. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 62-83.

ESCUADERO, Regina Célia. Comunicação pública, esfera pública e cotidiano profissional: solo da alfabetização política. **Organicom**. São Paulo, n.26, p. 52-63, 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Metodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

HASWANI, Mariângela Furlan. Comunicação Governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira. **Organicom: Comunicação Pública e Governamental**. São Paulo, v.3, n.4, p. 24-39, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

NOVELLI, Ana Lúcia Romero. Relações públicas governamentais. *In*: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Relações Públicas: Histórias, Teorias e Estratégias nas Organizações Contemporâneas**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009, p. 485-509.

WEBER, H. Maria. Estratégia da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. *In*: KUNSCH, Margarida (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Paulo, 2011, p. 101-119.