



## Análise das estratégias do Marketing Público utilizadas pela Secretaria Municipal de Comunicações de Limeira

Maria Julia Ferreira\*, Christiano França da Cunha

### Resumo

O principal objetivo do estudo foi analisar as estratégias do Marketing Público utilizadas pela Secretaria de Comunicação Social de Limeira. Ao analisar três principais estratégias que estão ligadas a forma como a Secretaria se comunica e interage com a população e recebe as demandas internas e externas, se verificou que as mesmas possuem relevância para a concretização do objetivo desse órgão, que é elaborar e estruturar uma comunicação pública que atenda com qualidade e transparência à população, porém foi possível observar que ainda existem diversas oportunidades para potencializar suas ações, como realizar uma divulgação mais intensiva dos meios de comunicação existentes da Prefeitura em que os cidadãos poderão se informar e apresentar demandas.

### Palavras-chave:

Secretaria de Comunicação Social, Marketing Público, Estratégias.

### Introdução

O Marketing Público fortalece as relações com os cidadãos, estimula a participação dos mesmos e aumenta a confiança no governo (NOVELLI, 2006). Além disso, ele possibilita a modernização da administração pública através de novas formas de interação com a população (CHIAS, 1995). Ao focar nas aspirações, manifestações e demandas do cidadão, os órgãos que adotam o Marketing Público passam a agir de forma mais assertiva (SARAIVA; CAPELÃO, 2000). O estudo visou identificar, analisar e compreender as estratégias do Marketing Público adotadas pela Secretaria de Comunicação Social de Limeira, a fim de alcançar o entendimento de quais são as estratégias que estão sendo efetivas ou não no alcance dos objetivos propostos e quais podem ser os novos planos de ação executados pela secretaria com o intuito de tornar sua atuação mais efetiva no âmbito municipal.

### Resultados e Discussão

A metodologia adotada nessa pesquisa exploratória foi baseada em revisões de literatura, entrevistas e aplicação de questionários a servidores públicos ligados a Secretaria de Comunicação e a 308 cidadãos residentes no município de Limeira-SP. A Secretaria de Comunicação Social está estrategicamente ligada ao gabinete do prefeito, é o elo que busca fazer de forma transparente a comunicação das ações e projetos do governo à população, e é responsável pelo suporte comunicacional das 18 demais secretarias do município. Dentre as estratégias de Marketing Público adotadas pela Secretaria foi destacado e analisado três delas: 1. A comunicação com a população através das redes sociais, que pode ser considerada estratégia para trazer novas formas de interação com o cidadão; 2. A Ouvidoria Geral e o Serviço do 156, que podem ser considerados estratégias para identificar as demandas dos municípios; 3. E o uso dos Formulários de *Briefings*, ferramenta utilizada para formalizar pedidos e orientações internas, que pode ser considerado uma estratégia para que o trabalho da Secretaria seja mais eficiente.

Através da coleta de dados foi possível observar que 74% dos entrevistados disseram acompanhar pelo menos um dos meios de comunicação da Prefeitura. Dentre eles, o Facebook tem se tornado o mais popular. Porém, mesmo possuindo 57,7 mil seguidores, as interações com a população através de curtidas, comentários e compartilhamentos são relativamente

baixas se comparadas ao seu potencial de alcance. O Serviço do 156 e a Ouvidoria Geral são canais em que a população pode utilizar para solicitar informações, registrar pedidos para serviços públicos, fazer sugestões, reclamações, denúncias e elogios. Do total da amostra, apenas 10% dos entrevistados apontaram utilizar esses meios para se comunicar com a Prefeitura. Enquanto 51% dos participantes apontaram não se comunicar com a prefeitura através de nenhum dos meios disponíveis. O Formulário de *Briefing*, tem servido para otimizar o fluxo de comunicação, agilizar os pedidos, deixando-os claros e objetivos e até antecipando as dúvidas, porém atualmente não existe nenhum meio para identificar a satisfação dos solicitantes e a assertividade do que foi produzido pela Secretaria.

### Conclusões

As análises indicaram que as estratégias de Marketing Público utilizadas pela Secretaria de Comunicação de Limeira possuem relevância para a concretização do objetivo desse órgão, que é elaborar e estruturar uma comunicação pública que atenda com qualidade e transparência à população, objetivo esse que que também está relacionado aos objetivos do Marketing Público. Porém, foi possível observar que ainda existem diversas oportunidades para potencializar suas ações. Dentre os planos de ação sugeridos estão: 1. O estabelecimento de uma identidade visual para cada tipo de assunto no Facebook e publicações com legendas que contenham as informações mais relevantes de cada matéria; 2. Divulgação mais intensiva dos meios de comunicação existentes; 3. A criação de uma Pesquisa de Satisfação para ser aplicada após a realização das atividades demandadas nos Briefings.

### Agradecimentos

Agradeço a minha família, amigos e ao meu orientador Christiano França da Cunha, pela dedicação, confiança e disposição. Por fim, agradeço ao apoio financeiro concedido pelo CNPq.

<sup>1</sup> CHIAS, Josep. Por un Gobierno y una Administración al servicio del público. Ed. McGraw-HILL, 1995.

<sup>2</sup> NOVELLI, A. L. O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança. Organicom, 2006.

<sup>3</sup> SARAIVA, L. A.; CAPELÃO, L. G. A nova administração pública e o foco no cidadão: burocracia x marketing? Revista de Administração Pública, FGV, 2000.