

# **PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA**

## SUMÁRIO

<b>Apresentação</b>	<b>Pág 3</b>
<b>1 – Objetivo</b>	<b>Pág 7</b>
<b>2 – Objetivos Específicos</b>	<b>Pág 7</b>
<b>3 – Estratégias</b>	
3.1. <i>Estratégia de comunicação institucional</i>	<b>Pág 7</b>
3.2. <i>Estratégias de ações de interatividade social</i>	<b>Pág 8</b>
3.3. <i>Infraestrutura de Comunicação</i>	<b>Pág 8</b>
<b>4. Ações</b>	<b>Pág 9</b>
4.1. <i>Fluxo da Informação</i>	<b>Pág 9</b>
4.2. <i>IRDEB – Instituto de Radiodifusão do         Estado da Bahia</i>	<b>Pág 10</b>
4.3. <i>Ações publicitárias</i>	<b>Pág 11</b>
4.4. <i>Redes sociais</i>	<b>Pág 13</b>
4.5. <i>Infraestrutura de Comunicação</i>	<b>Pág 15</b>
4.7. <i>Audiovisual</i>	<b>Pág 16</b>
4.8. <i>Eventos</i>	<b>Pág 16</b>

## Apresentação

As políticas públicas adotadas pelo Governo da Bahia têm, nos últimos anos, priorizado a relação do Estado com a sociedade, estabelecendo canais de interatividade que permitem ao cidadão não apenas dispor dos serviços públicos, mas também acompanhar, fiscalizar, sugerir e criticar as ações governamentais. Nesse contexto, a informação tornou-se, portanto, uma ferramenta imprescindível da gestão pública baiana, a partir da sua crescente democratização, estabelecendo um peso cada vez maior da opinião pública nas decisões e condução das políticas de Governo.

Fundado em 4 de maio de 2011, em atendimento a Constituição do Estado da Bahia, o Conselho Estadual de Comunicação Social, tem entre as suas finalidades, a atribuição de *“formular e acompanhar a execução da política pública de comunicação social do Estado”*, conforme definido no Artigo 2º, do seu Regimento. É, portanto, a representação da sociedade civil organizada, quem avaliza as ações da política do setor, pautada pelos interesses dessa mesma sociedade.

Precisamente, são os interesses do conjunto da sociedade, os condutores do presente **PLANO ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (PECS)**, convergente com as políticas públicas do atual Governo. Nesse sentido, a busca pela crescente agilidade e eficiência do fluxo da informação; o respeito às diversidades regionais; a transparência e a interatividade cada vez maior com a sociedade, permeiam as diretrizes e ações propostas.

O texto que se segue foi elaborado a partir da minuta aprovada pelo Conselho Estadual de Comunicação que, a partir do exercício democrático de análises críticas dos seus integrantes, definiram as linhas de formulação do PECS. Sem dúvida alguma, deve-se aos senhores conselheiros a visão inclusiva, o protagonismo social e, sobretudo, o reconhecimento efetivo da comunicação como instrumento de afirmação da democracia, princípios que o Plano objetiva expressar.

Nesse contexto, uma das mais importantes ações definidas no PECS são as Conferências Estaduais de Comunicação Social, criadas para ser o fórum amplo de discussão e formulação de novas ações que venham aperfeiçoar ainda mais o processo de democratização da informação em nosso Estado.

É importante destacar que, respaldado por parecer técnico da Procuradoria Geral do Estado (PGE), o Conselho Estadual de Comunicação é o órgão institucional e juridicamente competente para aprovar o Plano Estadual de Comunicação, sem a necessidade de qualquer tutela posterior, inclusive do Poder Legislativo:

Por esse entendimento, o Plano Estadual de Comunicação Social do Estado, sendo instrumento da Política Pública de Comunicação Social do Estado, deve ser aprovado pelo Conselho Estadual de Comunicação Social, observada a maioria qualificada pela qual suas deliberações são tomadas, não necessitando ser aprovado por lei.

A Constituição Federal se refere ao Conselho de Comunicação Social, estritamente no âmbito do Parlamento Federal, instituindo-o como órgão auxiliar do Congresso Nacional, portanto, sem caráter consultivo ou deliberativo. Mas a Constituição do Estado da Bahia instituiu o Conselho Estadual de Comunicação Social, não como órgão auxiliar do Parlamento, mas com a competência de formular a política de comunicação social.

Por fim, a Lei 12.212/2011, que institui o Conselho de Comunicação Social do Estado da Bahia, lhe atribui função deliberativa. Portanto, este Conselho tem todo arcabouço jurídico lhe conferindo a condição de foro qualificado para decidir e institucionalizar o Plano de Comunicação do Estado da Bahia.

Como responsável direta pela execução da política de comunicação social, a Secretaria de Estado da Comunicação Social (SECOM) é o principal referencial do **PECS**. Entretanto, em sintonia com os conceitos que norteiam as políticas públicas do Governo da Bahia, a comunicação no presente documento é compreendida além da relação Governo-Mídia, evoluindo para todas as formas

de veiculação da informação: redes sociais, telefonia e as de contato direto com o cidadão, a exemplo das ouvidorias.

Da mesma forma, o PECS procura reconhecer o Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (IRDEB), como uma ferramenta de comunicação inclusiva, com capacidade impar de interação social e um amplo potencial de contribuição para as políticas públicas governamentais.

As ações propostas pelo PECS para o IRDEB, órgão vinculado a Secretaria da Educação do Estado, são iniciativas que visam intensificar o processo de fortalecimento técnico e institucional do Instituto, iniciado em 2007 e que requalificou os veículos públicos de comunicação sob a sua gestão (TVE, Rádio Educadora e Portal IRDEB).

Com o PECS buscamos também inserir no contexto da comunicação, uma maior dinâmica publicitária, tendo foco em temas que valorizem os princípios basilares das políticas públicas do Governo da Bahia: democracia, transparência, justiça social e desenvolvimento econômico.

Uma atenção especial é dedicada à tecnologia e inovação, componentes obrigatórios e essenciais para a desejada eficiência e agilidade das ações de comunicação. Evidentemente são segmentos aos quais se obrigam investimentos e acompanhamento permanentes, para a garantia da atualização tecnológica e a sua utilização em conformidade com as normas de transparência e compromisso com a cidadania.

Ressalta-se ainda que o presente Plano Estadual de Comunicação Social contempla o incentivo à inclusão digital, com a garantia de acesso às redes digitais em todo o território baiano, como também o estímulo à formação e capacitação para a apropriação de novas tecnologias da comunicação. Essas ações estão entre as finalidades do Conselho de Comunicação, estabelecidas no seu Regimento.

O primeiro Plano de Comunicação Social da Bahia será, sem dúvida alguma, uma valiosa contribuição do Conselho Estadual de Comunicação Social, para o avanço do processo de democratização da informação, a partir de um documento capaz de nortear a conduta governamental nesse segmento e aferir os efeitos das políticas públicas junto à sociedade.

***André Curvello***

Presidente

Conselho Estadual de Comunicação Social

# PLANO ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

## 1 – Objetivo

O Plano Estadual de Comunicação Social tem como objetivo definir as ações estratégicas nesse segmento, a serem executadas pelo Governo do Estado, através da Secretaria de Comunicação Social (SECOM) e em parceria com demais órgãos da Administração Pública Estadual, Federal e Municipais, instituições privadas e organizações da sociedade civil.

As ações propostas estão em consonância com as diretrizes das políticas públicas do Governo do Estado e com as finalidades institucionais do Conselho Estadual de Comunicação.

## 2 – Objetivos Específicos

- Criar parâmetros conceituais em relação ao fluxo da informação institucional de interesse social e definir ações que contribuam para a sua transparência e democratização
- Estimular a maior integração dos canais institucionais de comunicação social vinculados ao Estado, com os veículos da mídia (emissoras de rádio e TV, jornais, sites, etc) e os diversos segmentos sociais.
- Fortalecer o processo de regionalização da informação institucional
- Estimular iniciativas que busquem a consolidação de uma rede de comunicação social comunitária.

## 3 – Estratégias

### 3.1 *Estratégias de comunicação institucional*

- Valorizar temas que disseminem a cidadania, a cultura baiana, a democracia, solidariedade e a pacificação social
- Utilizar a publicidade como ferramenta indutora do desenvolvimento econômico
- Dedicar atenção especial às publicidades de caráter educativo e de prestação de serviços (educação, saúde, trânsito, etc)
- Prestação de contas das ações globais do Governo.
- Intensificar o processo de regionalização da informação, incluindo as campanhas publicitárias
- Estender a publicidade institucional a outras mídias e “plataformas” não tradicionais da publicidade. Exemplo: cinemas, teatros
- Apoiar a divulgação de ações de valorização da cidadania promovidas por setores organizados da sociedade civil e de segmentos sociais específicos, a exemplo de comunidades quilombolas, indígenas, LGBT.

### **3.2. Estratégias de ações de interatividade social**

- Redes Sociais – Desenvolvimento de ações que visem intensificar a utilização das redes sociais e o melhor aproveitamento da interatividade com o público dessa mídia social.
- Ouvidorias – Valorização e melhor aproveitamento desse canal de interatividade entre o Cidadão e o Estado.
- Incentivo institucional a programas e ações de capacitação para garantir a amplas parcelas da sociedade, acesso às tecnologias da informação

### **3.3. Infraestrutura de Comunicação**

- Telefonia e Internet. – Ações voltadas a ampliar o alcance desses dois serviços básicos e que ainda hoje não contemplam integralmente todas as localidades baianas.

## 4. Ações

### 4.1. *Fluxo da informação*

- Regionalização da Informação - Acertadamente, o atual Governo adotou entre as suas diretrizes, a regionalização da informação, conseguindo dessa forma, não apenas uma comunicação identificada, mas também, através de profissionais locais, acompanhar os resultados da política de comunicação. Entretanto, é importante inserir nesse contexto, as estruturas de comunicação social, vinculadas a entidades comunitárias e de outras representações da sociedade civil.
  - Estabelecer fluxo de informação entre os veículos institucionais do Estado e as estruturas de comunicação de entidades de representação civil, como aprimoramento do processo de regionalização da informação
  - Buscar meios de interlocução com os agentes de comunicação das entidades sociais regionais, no sentido de que a estrutura institucional do Estado passe a atuar também como difusora das informações geradas por esses agentes.
- Valorização das emissoras de radiodifusão comunitária – As emissoras de rádio comunitária permitem uma comunicação direta com a comunidade, em que o comunicador possui a mesma linguagem, cultura, história e interesses do seu ouvinte. Simbolicamente trata-se de uma

“conversa entre vizinhos”, o que aumenta a credibilidade e a eficiência da informação. É importante buscar-se meios de apoio a esses veículos. A sugestão é estudar, dentro da legislação, possibilidades de contemplar comercialmente essas emissoras. Antes, entretanto, é importante que seja criado um cadastro geral, com dados referentes a cada uma delas.

Outro ponto a destacar é o fato de que essas emissoras, pela expressiva inserção social que possuem, poderiam dar uma contribuição muito mais efetiva às políticas públicas do Governo do Estado.

- Implantar o cadastro geral de emissoras de radiodifusão comunitárias da Bahia.
- Buscar alternativas jurídicas para contemplar comercialmente as emissoras de radiodifusão
- Tornar mais eficiente o acesso da informação institucional a essas emissoras.
- Estudar o perfil dessas emissoras e do seu público, para definir um melhor aproveitamento do potencial de inserção de cada uma delas.
- Definir modelos apropriados de conteúdo jornalístico para essas emissoras.

#### **4.2. IRDEB – Instituto de Radiodifusão do Estado da Bahia**

- Vinculado a Secretaria de Estado da Educação, o IRDEB reúne três veículos de mídia: a Rádio Educadora FM, TVE e o Portal do IRDEB. A comunicação de interesse público é o foco da instituição, que valoriza a identidade da Bahia com produções culturais, artísticas, educacionais, esportivas e sociais. O sinal digital da TVE chega a todos os 27 Territórios de Identidade do Estado da Bahia com

uma programação diversificada que atende crianças, jovens, adultos e idosos.

Esse processo, entretanto, precisa ser intensificado, no sentido de garantir ao IRDEB as condições para ampliar a sua inserção junto a opinião pública, sem descaracterizar a sua missão institucional. Os planos anuais de investimentos orçamentários do Governo do Estado e estratégias diversificadas de captação de recursos pelo próprio IRDEB devem viabilizar novos conteúdos e o acesso gratuito ao sinal da TVE e da Rádio Educadora FM por parte da população em todo o território baiano.

- Acompanhar a execução das ações previstas no Plano Pluri Anual (2020-2023) que garantam a evolução do processo de modernização do IRDEB em relação aos conteúdos, ao acesso ao sinal das emissoras e a divulgação;
- Buscar em conjunto com a Secretaria do Estado da Educação e outras recursos orçamentários necessários para os investimentos tecnológicos e de pessoal necessários para ampliar o atual processo evolutivo do IRDEB;
- Promover a qualificação do Teatro do IRDEB com uma programação cultural e utilizando-o como suporte da programação da TVE e Rádio Educadora FM;
- Intensificar a ação da TVE e da Rádio Educadora FM nas redes sociais/Internet para ampliar o acesso aos conteúdos da instituição.

#### **4.3. Ações publicitárias**

- Diretrizes Gerais

- A cidadania como tema – A cultura baiana, combate à violência, racismo, homofobia, feminicídio tiveram em evidência na publicidade do atual Governo do Estado, tornando-se um diferencial positivo. Entretanto, outros temas igualmente importantes devem ser considerados com a mesma ênfase, a exemplo do meio ambiente, responsabilidade social, democracia.
- Desenvolvimento Econômico – Nesse particular, a publicidade governamental não deve apenas ter como foco as realizações do governo, mas ser indutora de atração de investimentos:
  - ✓ Campanhas e ação de promoção turística no Brasil e no exterior
  - ✓ Campanhas de divulgação das potencialidades econômicas da Bahia, no Brasil e no exterior.
  - ✓ Dar maior ênfase às campanhas que valorizam ações de empreendedorismo, tendo como objetivo estratégico personagens que sejam exemplos a serem seguidos.
- Campanhas educativas – O retorno das campanhas educativas e de prestação de serviços, sobretudo, na área de saúde, tornou-se imperativo, diante do retorno e o surgimento de novas enfermidades endêmicas, como sarampo, dengue, zica, chikungunya e mais recentemente o coronavírus. Da mesma forma, as campanhas educativas, de segurança no trânsito.
  - ✓ Campanhas de vacinação
  - ✓ Campanhas de prevenção de doenças
  - ✓ Campanhas de combate a doenças contagiosas (zica, dengue, chikungunya)
  - ✓ Campanhas de responsabilidade no trânsito

- ✓ Campanhas sobre personagens simbólicos da história e da cultura baiana
- ✓ Campanhas sobre as datas cívicas da Bahia
- Prestação de contas das ações globais do Governo
  - Há uma obrigação institucional dos gestores públicos em prestar contas das suas ações à sociedade. Em outras palavras: o contribuinte tem o direito de saber como o governante está gastando o dinheiro que recolhe dos impostos por ele (contribuinte), pagos. Em geral, a publicidade institucional do Estado cumpre com bastante eficiência esse papel, inclusive valorizando personagens regionais, nas peças publicitárias dirigidas a regiões específicas.

Além da publicidade institucional, veiculado pelas diversas mídias tradicionais é importante ressaltar que, em geral, os sites e portais governamentais atendem plenamente as normas da transparência de gestão, estabelecidas na legislação. Contudo, nem todos os órgãos estaduais atendem nos seus sites e portais, as normas de transparência, particularmente, os do segundo e terceiro escalão.

- Estender a todos os órgãos da gestão estadual, a divulgação em seus sites, das informações obrigatórias em cumprimento a Lei da Transparência.
- Avaliar a navegabilidade e o nível de satisfação dos usuários dos sites governamentais.

#### **4.4 Redes sociais**

- Redes Sociais – Nas redes sociais a comunicação institucional governamental tem priorizado as mídias de conversação direta (twitter, facebook e instagram),

utilizadas quase que exclusivamente para postagens e conversações individuais dos gestores, inclusive o governador do Estado. É evidente que essa comunicação não ocorre aleatoriamente, mas cumpre uma importante estratégia de difusão dos conceitos e ações das políticas públicas implementadas pelo Governo, alcançando resultados altamente positivos junto a opinião pública. Entretanto, a utilização dessas ferramentas ressoante de uma ação mais efetiva de peças publicitárias, específicas para essas mídias, em apoio à estratégia de comunicação.

- Criar peças publicitárias com linguagem própria e formato apropriado para as redes sociais, em apoio às estratégias das políticas públicas, programas e ações do Governo do Estado.
  - Criar produtos para públicos específicos: jovens, idosos, mulheres, classe A, B, C, etc...
  - Em parceria com a Secretaria da Educação, Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte (SETRE), Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação (SECTI) e entidades educacionais do Terceiro Setor, incentivar programas de formação e capacitação em novas tecnologias da comunicação.
- Ouvidoria - As Ouvidorias formam uma rede que cobre toda a Administração Pública Estadual. Além da Ouvidoria Geral, diretamente vinculada à SECOM, são 88 unidades, distribuídas em todas as secretarias de Estado, empresas públicas, fundações e autarquias, em contato direto com o público. Por telefone ou site, qualquer cidadão pode contatar com esses órgãos para fazer reclamações, receber orientações ou apresentar sugestões. É um importante meio de avaliação dos efeitos das políticas e ações governamentais, mas também um poderoso instrumento de interação com a sociedade, que vem sendo subutilizado. Tornar essa estrutura numa efetiva rede de

comunicação requer investimentos em tecnologia e um reposicionamento da sua filosofia de atuação, com a consequente requalificação do seu corpo funcional.

- Criar uma efetiva Rede de Ouvidorias, com a sua hierarquização a partir da Ouvidoria Geral. Dessa forma, as ouvidorias seriam autônomas em relação ao gabinete dos órgãos em que estão instaladas, estando subordinadas a Ouvidoria Geral e esta, por sua vez, como integrante da área de Comunicação Social, subordinada a SECOM.
- Investir em tecnologia, no sentido de interligar e modernizar todas as diversas ouvidorias, tendo como meta conectar em tempo real o fluxo de informações entre todas as unidades que formam a rede.
- Treinamento do corpo técnico das ouvidorias, para readequá-las ao novo modelo.

#### **4.5. Infraestrutura de Comunicação**

- Os processos e meios de comunicação estão hoje umbilicalmente ligados a Tecnologia. É impossível expandir o processo de comunicação, democratizando a informação, sem a garantia de plena infraestrutura de acesso a todos os cidadãos. Nesse sentido, dois segmentos são essenciais, o de telefonia e Internet.
- Ter como meta estender o sinal de telefonia e internet ao maior número possível de localidades ainda não contempladas. Nesse sentido, deve-se contatar com as operadoras, na busca de soluções para atender esse objetivo.
- Ter como meta colocar em rede, o maior número possível de escolas públicas ainda não contempladas com esse serviço de internet. Ações nesse sentido

deverão ser realizadas em parceria com a Secretaria de Educação do Estado, Conselho Estadual de Educação e as operadoras de telefonia e Internet.

#### **4.6. Audiovisual**

- O segmento de audiovisual ganhou importância ainda maior com as redes sociais, mas, ao contrário do setor privado e mesmo pessoal (*blogueiros*), a publicidade institucional pública no Brasil, tem se utilizado timidamente desse recurso. Na Bahia, o formato, nas redes sociais vem sendo utilizado, mas há ainda um potencial a ser explorado.
  - Intensificar a produção de audiovisual publicitário nas redes sociais.
  - Avaliar a utilização do audiovisual em sessões de cinema e teatro.
  - Promover e incentivar atividades para a divulgação das produções do áudio visual baiano.

#### **4.7. Eventos**

- Instituir como Política Pública permanente a realização de Conferências Estaduais de Comunicação, com periodicidade bienal, sendo a próxima edição em 2021.
- Definir no orçamento estadual para 2021, recursos para as ações preparatórias à Conferência.
- Realização ainda este ano, do Encontro de Assessores de Comunicação Social do Governo do Estado, com a participação dos assessores dos diversos órgãos da Administração Pública Estadual, para a discussão de temas relacionados com a Política de Comunicação Social

do Estado e uma avaliação conjunta do desempenho do Sistema Estadual de Comunicação Social.

- Definir o Encontro de Assessores de Comunicação Social do Governo do Estado, como evento anual, com a participação do Conselho Estadual de Comunicação.
- Manter a periodicidade quadrimestral para reuniões ordinárias do Conselho Estadual de Comunicação, de acordo com o art. 12 do respectivo Regimento.

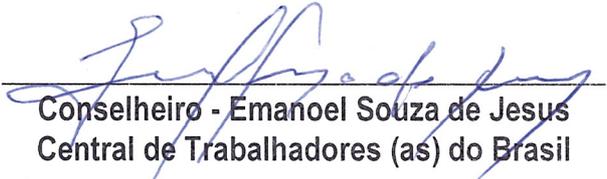
**MEMBROS DO CONSELHO**

---

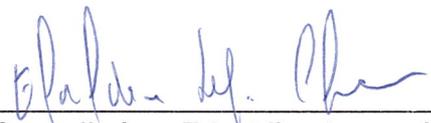
**Luciano Márcio Nascimento Suedde**  
**Presidente Suplente**

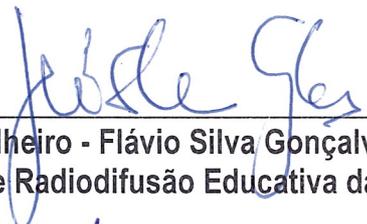
  
**Conselheiro - Jaime Fernandes Dourado**  
**Secretaria de Comunicação Social**

  
**Suplente - Noé Américo Mascarenhas Neto**  
**Secretaria de Comunicação Social**

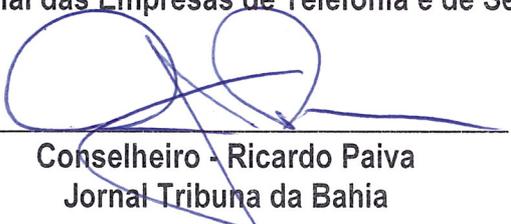
  
**Conselheiro - Emanuel Souza de Jesus**  
**Central de Trabalhadores (as) do Brasil**

  
**Conselheira - Josenildes Santos de Oliveira**  
**Universidade do Estado da Bahia**

  
**Conselheira - Edvaldina Lopes Calmon**  
**Filhos do Mundo / Canal da Cidadania de Salvador / Tv Kirimurê**

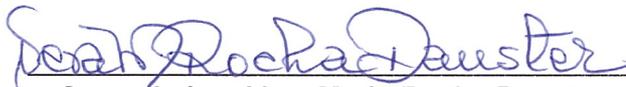
  
**Conselheiro - Flávio Silva Gonçalves**  
**Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia**

  
**Conselheiro - Derneval Soares da Silva**  
**Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel**

  
**Conselheiro - Ricardo Paiva**  
**Jornal Tribuna da Bahia**



Conselheiro - Alex Gonzales de Oliveira  
TV Record Bahia



Conselheira - Vera Maria Rocha Dauster  
Rocha Propaganda



Conselheiro - Wagner Soares Moreira  
Federação dos Bancários



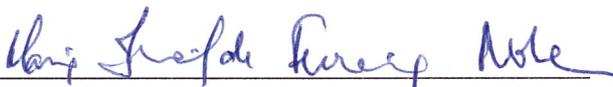
Conselheiro - Adélmo de Assis Andrade  
Sindicato dos Bancários



Conselheira - Patrícia Maia Santos Gazzinelli  
Secretaria de Justiça, Direitos Humanos e Desenvolvimento Social



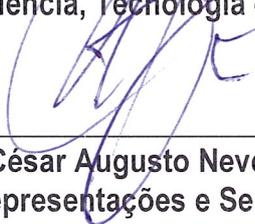
Conselheiro - Fidelis Tavares de Melo  
Secretaria de Cultura



Conselheira - Maria Ivanilde Ferreira Nobre  
Secretaria da Educação



Conselheiro - Erick Patrik Aragão Issa  
Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação



Conselheiro - César Augusto Neves da Silveira  
Aura Representações e Serviços