

Mapeamento da Comunicação Pública dos Três Poderes do Estado Brasileiro

Tiago Gautier Ferreira Borges | Bolsista CNPq/UFRGS
tiagogautier@gmail.com

Orientação | Prof^a Dr^a Maria Helena Weber

OBJETIVOS

Listar, quantificar e localizar instrumentos de comunicação utilizados por cada um dos órgãos dos três poderes via Internet

Compreender as características, modos de atuação e finalidades de cada um desses instrumentos, partindo de uma concepção geral de comunicação pública e de estudos específicos sobre as ferramentas de comunicação do Estado e sobre as relações da esfera estatal com as tecnologias de informação e comunicação.

Contribuir para o desenvolvimento de uma comunicação pública capaz de assegurar o interesse público e trazer o cidadão para o debate público, de modo a reforçar os ideais democráticos de um estado de direito, laico e igualitário, e a promoção da própria cidadania.

METODOLOGIA

Pesquisa quantitativa exploratória: listagem dos itens de comunicação através dos sites

- Dos 23 Ministérios e 3 Secretarias Especiais
- Do Senado
- Da Câmara Federal
- Do Supremo Tribunal Federal
- Do Superior Tribunal de Justiça

Levantamento bibliográfico e categorização dos instrumentos encontrados segundo as funções de uma comunicação pública.

REFERENCIAL TEÓRICO: CONCEITO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A Comunicação Pública é a principal perspectiva conceitual para designar a comunicação governamental e a comunicação de Estado nas democracias contemporâneas. O poder das redes e dos sistemas de comunicação estatais permite ampliar a sua visibilidade e seu relacionamento com a sociedade e a mídia.

Elisabeth Brandão (2007), define a CP como o processo de comunicação, instaurado na esfera pública, que se dá entre Estado, Governo e Sociedade, constituindo um espaço privilegiado de negociação de interesses de diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública de um país.

Para Pierre Zémor (2003), a CP se legitima pelo interesse geral e é situada necessariamente no espaço público. A CP acompanha a tomada da decisão pública e facilita a busca pelo interesse geral, correspondendo à necessidade de relação entre Estado e cidadão, representante e representado, característica das sociedades complexas.

Para Duarte (2007), a CP exige, além do compromisso com o interesse público, a centralidade do processo no cidadão, bem como a adaptação dos instrumentos dessa comunicação às suas necessidades. Trata-se, nas palavras do autor, de um “esforço de melhorar a vida das pessoas através da comunicação”.

INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A comunicação pública enquanto conjunto de fenômenos de produção, tratamento, difusão e retroação, que cria e orienta os debates públicos (BEAUCHAMP, 1991), se dá através de variados instrumentos de finalidade e natureza distintas.

Duarte (2007) classifica os instrumentos de comunicação segundo sua ênfase em dois grupos: aqueles que tem por finalidade a informação e aqueles que buscam estabelecer diálogo.

Neste trabalho, tornamos mais específica esta classificação através do estabelecimento de 8 categorias de análise.

CATEGORIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA (Categorias e Produção)



PUBLICIZAÇÃO | Itens relacionados à disponibilização de informações aos cidadãos. Agenda, Anais, Aulas e apostilas, Curiosidades, Curriculum vitae, Glossários, Quem é Quem, Institucional, entre outros.



JORNALISMO | Conteúdo mediado por profissionais do jornalismo relativos a fatos noticiosos e de acordo com os critérios jornalísticos de noticiabilidade. São as agência de notícias, Artigos, Boletins eletrônicos, Clipagem, Coberturas especiais, Entrevistas, Jornal impresso, Newsletter, Notícias.



PROPAGANDA | Propagação de ideias e valores estatais. Promoção do Estado e de suas instituições. Adesivo, Banner, Camiseta, Campanhas publicitárias, Cartazes, Hotsite, Logomarca, Selo, Vídeos/Videocast, entre outros.



PRESTAÇÃO DE CONTAS | Processo de accountability, transparência dos gastos do Estado. Contratos, Convênios e Licitações, Convenções, Execução orçamentária, Planejamento, Relatórios de gestão.



RELACIONAMENTO | Ferramentas de diálogo que se ajustam à necessidades do indivíduo. Cartões virtuais, Enquetes, Fale conosco, Ouvidorias, Redes sociais, Pesquisas de satisfação, entre outros.



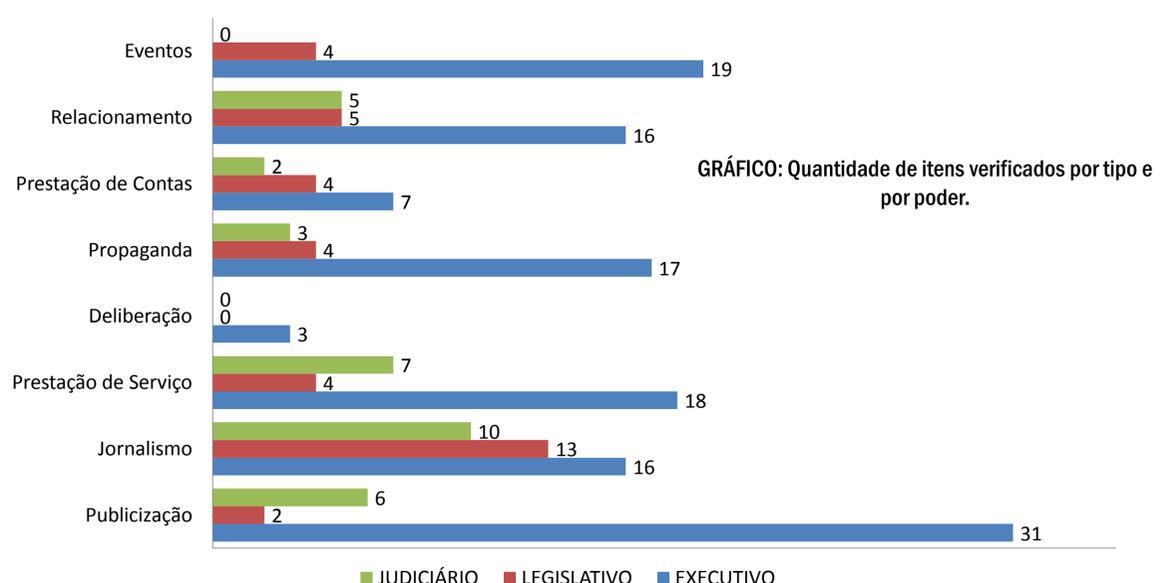
PRESTAÇÃO DE SERVIÇO | Ferramentas que contribuem para a abrangência e para a eficiência dos serviços estatais, proporcionando comodidade ao cidadão. Consultas a processos e documentos, Emissão de documentos, Indicadores, Informativos técnicos, Links, Mapa do site, entre outros.



DELIBERAÇÃO | Itens que proporcionam certo grau de participação decisória nos assuntos administrativos. Ligado à ideia de democracia digital. Debates, Fóruns e Consultas Públicas.



EVENTOS | Eventos organizados e promovidos pelo Estado para veiculação de informações e valores civis e estatais. Comemoração de datas especiais, Competições desportivas, Conferências, Cursos, Exposições, Feiras, Lançamentos, Mostras, Oficinas, Palestras, entre outros.



REFERÊNCIAS

BEAUCHAMP, Michel (org.). *Communication Publique et Société: repères pour la réflexion et l'action*. Boucherville, Québec, Canadá: Gaëtan Morin, 1991.

BRANDÃO, Elisabeth Pazito. *Conceito de Comunicação Pública*. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007. p. 1-33.

DUARTE, Jorge. *Instrumentos de Comunicação Pública*. In: _____. *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007. p. 59-71.

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*. São Leopoldo, vol. VII, nº 3, p. 214-222, setembro/dezembro 2005.

MATOS, Heloiza. *A Comunicação Pública e suas intersecções com as tecnologias de informação e comunicação*. São Paulo:

Faculdade Casper Líbero, 2009.

SILVA, Sivaldo Pereira da. *Estado, Democracia e Internet: requisitos democráticos e dimensões analíticas para a interface digital do Estado*. 2009. 421 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação/Universidade Federal da Bahia, Salvador.

WEBER, Maria Helena. Na Comunicação Pública, a captura do voto. *LOGOS 27: Mídia e Democracia*. Rio de Janeiro, ano 14, p. 21-42, 2º semestre de 2007.

_____. *Comunicação Pública. Mídia e Democracia*. Porto Alegre, p. 13 - 13, 01 jan. 2009.

ZÉMOR, Pierre. *A Comunicação Pública*. Tradução e comentários de Elisabeth Brandão. In: MARTINS, Luiz (org.). *Algumas Abordagens em Comunicação Pública*. Brasília: Casa das Musas, 2003. p. 76-103.