

# Seminário discutiu qualificação da informação e participação popular

**Assunto:**

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA**



A Câmara Municipal de Belo Horizonte promoveu, por meio da Superintendência de Comunicação Institucional, na última quinta-feira (30/10), o **“I Seminário Comunicação Pública: Participação Cidadã e Diálogos com o Legislativo”**, com palestras ministradas por acadêmicos da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e da Universidade Católica de Brasília, e diretores de comunicação da Assembleia Legislativa de Minas Gerais do e Senado Federal.

Image not found or type unknown



O presidente da Câmara Municipal, vereador Léo Burguês de Castro (PTdoB), abriu o evento enfatizando

a importância da área de comunicação para a realização do trabalho do vereador e para a divulgação da atividade parlamentar. “O grande desafio da comunicação institucional é mostrar o parlamento, hoje muito criticado e pouco conhecido”, avaliou. O vereador informou, ainda, sobre o lançamento do sinal digital aberto da TV Câmara em breve, a criação da Ouvidoria, e o projeto Câmara Itinerante, com a realização de audiências públicas nas diversas regiões da cidade.

Considerando, também, um desafio o papel da comunicação pública, a superintendente de Comunicação Institucional, Bianca Casadei Melillo, salientou que é preciso que o conteúdo a ser divulgado tenha formato atraente, para que o cidadão tenha interesse em buscar essa informação, seja no portal da Câmara, ou no canal de TV a cabo.

De acordo com Izabela Moreira Maurício Fiúza, chefe da Divisão de Apoio à Comunicação Institucional, a realização do seminário foi motivada pela necessidade de formalização de uma política de Comunicação para a Casa, a fim de

institucionalizar as práticas do setor. Ressaltando que a qualificação da comunicação vai além de informar e divulgar reuniões plenárias e de comissão, promovendo o debate e a troca de ideias, ouvindo as demandas da sociedade, a exemplo da Ouvidoria e das audiências externas, Fiúza reiterou a importância de qualificar e capacitar os profissionais da área, por meio de uma cultura que valorize o que é público.

## Jogos de poder e participação popular

Image not found or type unknown

O que é a comunicação pública? Seria uma base abrangente envolvendo a comunicação política e a comunicação governamental? Talvez toda a interface possível entre as instituições públicas e a participação social? Professora do departamento de Comunicação Social da UFMG, Ângela Cristina Salgueiro Marques apresentou diferentes conceitos de comunicação pública, destacando uma perspectiva comum de pautar-se pelo interesse coletivo.

A pesquisadora apontou ações desenvolvidas pelo poder público buscando aproximar-se das demandas sociais, como as audiências públicas. No entanto, os espaços criados para o diálogo podem não garantir a efetiva participação popular. ?É importante que as pessoas consigam se expressar e entender que aquilo que elas dizem tem relevância e vai ser considerado no debate político?, destacou Marques. É preciso considerar os jogos de poder que se sobrepõem às relações de comunicação. Para a professora, um dos grandes desafios seria a formação do cidadão como sujeito de palavra. ?A constituição do indivíduo como ator político não é fácil. Habilidades comunicativas e expressivas são aprendizados?, afirmou a pesquisadora, lembrando diferentes fatores e espaços institucionais que podem levar ao empoderamento do sujeito e à sua autonomia política.

## Comunicação Política

Image not found or type unknown

A segunda palestra, que esteve a cargo da professora Ana Lúcia Romero Novelli, doutora em comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), permitiu uma reflexão aprofundada sobre as interfaces e tensões entre comunicação pública e comunicação política. A comunicação pública foi apresentada a partir da concepção de Pierre Zémor como sendo ?a comunicação formal que realiza a troca e o compartilhamento de informações de utilidade pública e cuja responsabilidade é das instituições públicas?. De acordo com Novelli, em uma instituição pública não é necessário escolher entre a comunicação política e a comunicação pública, pois, cada uma tem o seu lugar e o seu propósito.

Ainda de acordo com a professora, o papel dos meios de comunicação social no processo político-eleitoral, especialmente a televisão, é crescente desde a segunda metade do século XX. Em decorrência dessa nova realidade, a vitória eleitoral depende cada vez mais das características pessoais dos candidatos e de sua capacidade de utilizar a mídia, uma vez que a interação entre políticos e eleitores passou a ser mediada majoritariamente pelos meios de comunicação e não pelos partidos políticos.

Nesse novo contexto que acaba por transformar a representação política, Novelli defende que o atual desafio da comunicação pública em uma casa parlamentar é contribuir para a inclusão da sociedade civil nos processos de tomada de decisão legislativa, incrementando a qualidade da democracia. Nessa perspectiva, a palestrante salienta a contribuição que os novos dispositivos midiáticos, em especial a internet, podem oferecer para integrar a sociedade civil ao processo político.

## A experiência do Senado



Em sua palestra "políticas e estratégias de comunicação pública no Senado Federal", o diretor da

Secretaria Especial de Comunicação do órgão, Davi Emerich, abordou temas como a evolução da comunicação institucional naquele órgão, as diferenças entre mídia privada e público-institucional e quais os pontos norteadores de uma comunicação pública eficaz.

Atualmente o Senado conta com uma TV e uma rádio 24 horas no ar, uma agência de notícias, um jornal diário e uma revista bimestral temática. Também há unidades de relações públicas e eventos, visita pública e comunicação interna, propaganda e marketing e grande presença nas redes sociais, entre outras formas de atuação. "Tudo virou comunicação. O trabalho de comunicação da Casa ultrapassou o próprio setor?", admitiu. Para Emerich, a integração entre todas as áreas é essencial para que o trabalho funcione.

"Comunicação exige informação e bom senso", sintetizou. Para o palestrante não há manual, mas uma "linha editorial não escrita". Além disso, ele acredita que, embora a audiência seja importante, o foco da comunicação público-institucional deve ser a cidadania, não no sentido de exercê-la, mas de oferecer ao cidadão informação suficiente para que ele tome suas posições. Para Emerich, a mídia privada, ao fazer um "corte entre fatos e notícias", seria incapaz de tornar pública a grande maioria das informações geradas pela sociedade. A comunicação público-institucional cumpriria esse papel, ao ser grande geradora de informações. Também foi abordado o papel muito específico do profissional de comunicação numa casa legislativa. "Ele até pode cometer erros de português e mesmo de informação, mas jamais pode cometer um erro político".

#### **ALMG: referência nacional**



Diretor de Comunicação Institucional da Assembleia Legislativa desde 2007, Lúcio Perez relatou a

evolução da área na instituição, especialmente a partir da criação da diretoria. Após uma breve revisão conceitual do termo comunicação pública, o jornalista descreveu as principais estruturas e ações desenvolvidas pela Assembleia na área da comunicação, buscando maior transparência e aproximação com a população, especialmente do interior.

Destacando o avanço representado pelo portal na internet e as redes sociais, Pérez citou a recente implantação de ferramenta que permite ao cidadão opinar e oferecer sugestões referentes aos projetos em tramitação naquela Casa. Após a sua fala, ele respondeu perguntas e comentou considerações feitas por participantes, que abordaram questões como a relação do setor com os deputados, com a imprensa e com a sociedade civil.

Assista [aqui](#) ao seminário na íntegra.

#### ***Superintendência de Comunicação Institucional***

#### **Data publicação:**

Segunda-Feira, 3 Novembro, 2014 - 00:00

---