



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Érica dos Santos de Holanda


**Comunicação Pública e a Câmara Municipal: a comunicação e a
democracia no legislativo da cidade do Rio de Janeiro**

Rio de Janeiro

2011

Érica dos Santos de Holanda

Comunicação Pública e a Câmara Municipal: a comunicação e a democracia no legislativo da cidade do Rio de Janeiro



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Orientadora: Prof.^a Dra. Alessandra Aldé

Rio de Janeiro

2011

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

H722 Holanda, Érica dos Santos de.

Comunicação Pública e a Câmara Municipal: a comunicação e a democracia no legislativo da cidade do Rio de Janeiro / Érica dos Santos de Holanda. – 2011.

136 f.

Orientadora: Alessandra Aldé.

Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Comunicação Social.

1. Comunicação na Política – Teses. 2. Serviços de Informação e Estado – Teses. 3. Comunicação – Aspectos políticos – Rio de Janeiro (RJ). I. Aldé, Alessandra. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. III. Título.

rc

CDU 659.1.011.1

Autorizo apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação.

Assinatura

Data

Érica dos Santos de Holanda

Comunicação Pública e a Câmara Municipal: a comunicação e a democracia no legislativo da cidade do Rio de Janeiro

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Aprovada em 05 de outubro de 2011.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a Alessandra Aldé (Orientadora)
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

Prof. Dr. Fernando Gonçalves
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

Prof. Dr. Fernando Lattman-Weltman
Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil
da FGV

Rio de Janeiro

2011

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Elismar e Jandir, e ao meu noivo Rodrigo, que sempre me apoiaram, com muito amor e compreensão, e criaram as condições para que eu realizasse os meus sonhos.

E a Deus que me concedeu esta vida rica em possibilidades.

AGRADECIMENTOS

À Alessandra Aldé – minha orientadora, por todo o aprendizado que pude desfrutar ao seu lado, ao longo dos anos.

À Anette Silva – assessora de comunicação da Câmara Municipal, por toda a paciência e disponibilidade durante minha pesquisa.

E a todos os professores da Faculdade de Comunicação Social, que foram fundamentais para que eu pudesse chegar a este momento.

O homem que pretende mudar a sociedade não pode ter ideias tímidas.

Padre Dehon

RESUMO

HOLANDA, Érica dos Santos de. *Comunicação Pública e a Câmara Municipal: A comunicação e a democracia no legislativo da cidade do Rio de Janeiro*. 2011. 136f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

Esta dissertação tem por objetivo analisar a relação contemporânea entre política e comunicação, com a ênfase nos conceitos de democracia e de Comunicação Pública, de forma teórica e prática. A abordagem conceitual é realizada com a exposição e análise de fundamentos de autores relevantes à discussão sobre a importância da área comunicacional para o exercício político. O trabalho empírico, para verificar o cotidiano da comunicação em instituições políticas, é produzido por meio de um estudo de caso sobre os meios de comunicação elaborados na Câmara Municipal do Rio de Janeiro - o site, o diário oficial e o twitter – que foram observados durante todo o ano de 2010, período no qual também foram realizadas entrevistas em profundidade com a principal responsável pela veiculação desses meios – assessora Anette Silva - e breves visitas aos gabinetes de todos os vereadores em exercício. A avaliação das características desses meios é elaborada com base em uma proposta de classificação dos eixos e temas apropriados à Comunicação Pública com o intuito de colaborar para futuros estudos na área e de elucidar como os princípios dessa Comunicação estão sendo negligenciados na prática governamental.

Palavras-chave: Comunicação. Política. Comunicação Pública. Democracia.

ABSTRACT

The main objective of this paper is analyzing the contemporary relation between politics and communication, emphasizing concepts of democracy and of Public Communication, in theory and practices. The conceptual approach is made through the exposure and the analysis of fundamentals from relevant authors on the debate about the communicational area's importance to the political exercise. The empirical work, in order to examine the communication in political institutions daily, is produced using a case study about the means of communication elaborated in the Câmara Municipal do Rio de Janeiro - the site, the official diary and the twitter - which were observed all over the year of 2010, period when the main responsible for these means - the assessor Anette Silva - was interviewed and was also made brief visits to all representatives elected. The evaluation of the characteristics of these means is elaborated based on a proposal of aspects and themes appropriated to the Public Communication, with the purpose of collaborating for future studies in the area and of elucidating how principles of this Communication are being neglected in the governmental practice.

Keywords: Communication. Politics. Public Communication. Democracy.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	9
1	POLÍTICA E MÍDIA	12
2	A COMUNICAÇÃO PÚBLICA	16
2.1	Definições sobre Comunicação Pública	16
2.2	Comunicação Pública e Democracia	23
2.3	A Comunicação Pública na prática da política brasileira	32
3	ESTUDO DE CASO SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL	38
3.1	O Poder Legislativo na cidade do Rio de Janeiro	38
3.2	Categorias de análise dos meios de Comunicação Pública	39
3.3	Levantamento e análise de dados sobre os veículos da Câmara	48
3.3.1	<u>A Câmara Municipal do Rio de Janeiro</u>	48
3.3.2	<u>A Assessoria de Comunicação Social da Câmara Municipal</u>	49
3.3.3	<u>O site da Câmara Municipal</u>	51
3.3.3.1	Estrutura	52
3.3.3.2	Análise	61
3.3.4	<u>O Diário Oficial da Câmara Municipal</u>	81
3.3.4.1	Estrutura	81
3.3.4.2	Análise	85
3.3.5	<u>O Twitter da Câmara Municipal</u>	102
3.3.5.1	Estrutura	102
3.3.5.2	Análise	105
3.3.6	<u>Conclusões sobre o estudo de caso</u>	117
4	CONCLUSÃO	122
	REFERÊNCIAS	131

INTRODUÇÃO

O exercício do poder político assume formas complexas nas democracias contemporâneas. Há diversas fontes normativas que propõem modelos ideais de representação popular e de atuações voltadas para o interesse público. Essas propostas envolvem diferentes aspectos da sociedade e entre eles encontramos a área de comunicação, suporte indispensável na relação entre os indivíduos e seus representantes e entre os próprios governantes.

Durante períodos eleitorais, a essencialidade do contato com o público é facilmente percebida, com o uso de estratégias comunicacionais para atrair e reter a atenção da sociedade. Contudo, durante e entre esses períodos de campanhas também é fundamental que haja uma ligação entre todos os detentores do poder que permita o acesso às informações necessárias para realizarem deliberações parlamentares coerentes com seus interesses, assim como é importante que a população tenha ciência das decisões sobre bens e normas públicas. Para isso, o uso de diversos meios de comunicação é imprescindível. Este trabalho surge do desejo de aprofundar conhecimentos sobre os princípios e as práticas que regem o cotidiano da relação entre a sociedade e seus representantes políticos, percebendo sua importância para o bem-estar comum.

Segundo modelos democráticos que analisaremos neste estudo, perceberemos que é incentivado que o contato do cidadão com esse tipo de informações ocorra de forma consistente e adaptada às suas necessidades, pois dessa relação decorre sua capacidade de articulação no campo político e de discussão de políticas públicas. A comunicação das instituições governamentais, quando se limita aos interesses de seus emissores pode prejudicar irreversivelmente o exercício da cidadania. Diversos autores apontam o momento atual como um marco de interação interpessoal devido às novas tecnologias de comunicação, mas é preciso compreender como essa relação ocorre na prática no âmbito complexo da política brasileira.

Neste trabalho, buscaremos definir os aspectos teóricos da Comunicação Pública, diferenciando-a dos outros ramos de comunicação, por considerá-la o campo primordial de negociação pública, no qual medidas de interesse coletivo são discutidas e legitimamente resolvidas. Em seguida tentaremos, por meio de um estudo de caso sobre a Câmara dos Vereadores do Município do Rio de Janeiro, verificar as características dessa Comunicação, envolvendo a transparência, a interação, o acesso e sua relação com o atual conceito de *accountability*.

No primeiro capítulo, busca-se compreender a relação contemporânea dos indivíduos com a política, para identificar a influência da mídia no âmbito político. Com essa finalidade, abordamos autores como Norberto Bobbio (2009) e Pierre Bourdieu (1992), que exploram a estrutura política na sociedade civil; John B. Thompson (2002) que analisa o poder político diferenciando-o dos poderes econômico, coercitivo e simbólico; e outros como Max Weber (1948), Manuel Castells (1999) e Wilson Gomes (2004), que elucidam as tentativas de legitimar atividades políticas envolvendo contatos entre o governo e o público, frequentemente, por meio de instrumentos midiáticos.

Uma vez estabelecida a relação entre a mídia e o exercício político, passaremos, no capítulo 2, para a análise das formas de comunicação elaboradas por instituições governamentais considerando a existência de padrões normativos nesses órgãos para promover sua legitimidade. Esses padrões compõem as principais preocupações da Comunicação Pública, e foram propostos por diversos autores como Heloiza Matos (1999), Jorge Duarte (2006), Pierre Zemor (1995) e Timothy Cook (1998). Após a definição conceitual da Comunicação Pública, definiremos sua relação com ideais democráticos contemporâneos, com o auxílio de textos dos teóricos Luis Felipe Miguel (2000), José Luis Dader (1998), Giovanni Sartori (1993), Fernando Lattman-Weltman (2001) e Milton Santos (2000). Também se torna necessário analisar as práticas da política brasileira que contextualizam a administração pública e sua comunicação, o que será realizado com o auxílio de autores como Doris Graber (1992), Mariângela Haswani (2009), Alessandro Rovinetti (2000) e Torquato Rego (2002).

O estudo de caso sobre os meios de comunicação da Câmara Municipal do Rio de Janeiro será realizado no terceiro capítulo. Será apresentado um breve histórico da atividade legislativa da cidade, descrevendo o funcionamento do atual setor de comunicação e avaliando em que ponto aproxima-se das propostas teóricas da Comunicação Pública. Serão definidas categorias de análise dos meios seguindo conceitos de Comunicação Pública e de democracia ao longo de um levantamento e da análise de dados sobre os veículos de comunicação da Câmara elaborados pela Assessoria de Comunicação Social (Ascom), que consistem no Site, no Diário Oficial e no Twitter.

Por fim, na Conclusão, apresentamos como os ideais da democracia estão presentes na Comunicação Pública do cotidiano da política carioca. Dessa forma poderemos averiguar também se as potencialidades de democratização da mídia contemporânea se confirmam e promovem a aproximação entre dirigentes e dirigidos. Ao final, estabeleceremos os aspectos que marcam essa comunicação hodiernamente no legislativo do Rio de Janeiro para compreender as lacunas e as oportunidades que marcam a área, propor sugestões de modelos de comunicação a serem aplicados e perceber como o estudo realizado pode ser estendido para as diversas cidades em todo o país, com o objetivo de contribuir para o exercício de cidadania dos brasileiros.

1 POLÍTICA E MÍDIA

A compreensão da influência da mídia no âmbito político requer uma exploração sobre como é exercido o poder político atualmente. O termo “política” há séculos é utilizado para referir-se à esfera de atividades humanas que se refere de alguma forma ao Estado e sua natureza (Bobbio, 2009), o que o torna parte essencial de toda sociedade civil organizada. Para definirmos como os indivíduos se relacionam com a política, abordamos o conceito de campo da obra de Pierre Bourdieu (1992). Segundo o autor, um “campo” consistiria em um espaço estruturado de posições sociais cujas características são estabelecidas primordialmente pelas relações entre essas posições e pelos recursos ligados a elas. Os indivíduos atuam no interior de campos de vários tipos; ocupando posições e fazendo uso dos recursos que estão relacionados a elas para alcançar seus interesses e finalidades. Dessa forma, definiremos o campo político como o campo de ação e interação que envolve a aquisição e o exercício do poder político.

John B. Thompson (2002), entre outros autores, analisa o conceito de “poder político” e o define como uma forma de poder; mas também elucida a existência de outras formas, que incluem o poder econômico, o poder coercitivo e o poder simbólico¹. De acordo com o autor:

Poder político está interessado na coordenação de indivíduos e na regulação de seus padrões de interação. Todas as organizações envolvem determinados graus de coordenação e regulação e, conseqüentemente, determinado grau de poder político nesse sentido. Mas há um conjunto de instituições que estão interessadas primariamente com a coordenação e regulação, e que procuram essas atividades de um modo que é relativamente centralizado dentro de um território mais ou menos circunscrito. Essas instituições compreendem o que é geralmente referido como o estado. (THOMPSON, 2002, p. 130).

Diversos teóricos, como Max Weber (1948), argumentaram que a capacidade de um Estado de exigir autoridade geralmente depende da sua capacidade de exercer as duas formas de poder relacionadas, mas distintas, que Thompson chama de poder coercitivo e de poder simbólico. O Estado pode recorrer a diversas modalidades de coerção – inclusive com o uso concreto e intimidante da força física – a fim de reforçar seu exercício do poder político, tanto em relação a ameaças e distúrbios externos ou internos. Entretanto, o uso frequente da coerção no cotidiano da sociedade pode causar profunda insatisfação, logo, deve ser reservado

¹ Para uma discussão mais detalhada sobre as quatro formas de poder: econômico, coercitivo, político e simbólico, ver John Thompson. *A mídia e a modernidade – Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

apenas a circunstâncias excepcionais.

Hodiernamente, o Estado garante a sua autoridade de maneira mais suave, moderada, difusa e menos transparente: É dada preferência pela instauração de formas simbólicas, por meio de discursos e eventos que influenciem a interpretação dos indivíduos sobre os acontecimentos, com o fim de cativar e conservar a crença na legitimidade e no prestígio do poder político. Compreende-se, assim, que o exercício do poder político depende, fundamentalmente, do uso do poder simbólico para cultivar e manter a sensação de legitimidade no âmbito social, como elucida Thompson:

O uso do poder simbólico não é acidental ou secundário à luta pelo poder político, mas é essencial a ele. Todo aquele que quiser conquistar poder político, ou exercê-lo de uma maneira durável e efetiva, deve também usar o poder simbólico para cultivar e sustentar a crença na legitimidade – a não ser que se queira fazer uso da coerção, uma estratégia que é (...) arriscada e que é, em qualquer circunstância, raramente empregada de maneira exclusiva. (THOMPSON 2002, p.132)

Na contemporaneidade, o poder político depende do simbólico, assim como o poder simbólico depende dos meios de comunicação. Atualmente, os indivíduos utilizam cada vez mais interações midiáticas em suas relações uns com os outros e com o mundo. A relevância simbólica do contato interpessoal coexiste com a expressiva importância de periódicos, da televisão e da internet na qual cada vez mais proliferam sites e rede de relacionamentos que envolvem informações políticas. A mídia é imprescindível para a formação de um conteúdo simbólico compartilhado, e, conseqüentemente, torna-se essencial no campo político. Devemos então compreender melhor essa importância.

A influência dos meios de comunicação no cotidiano é um fato inquestionável. Há mais de uma década, Manuel Castells (1999) já constatava que o consumo de mídia é, nas sociedades urbanas, uma das duas maiores categorias de atividade, perdendo apenas para o trabalho. Esses meios interferem no modo de agir e pensar de toda a sociedade, participando da formação de seu conteúdo simbólico e, destarte, influenciando a opinião pública. A atividade política depende dessa opinião para delinear a organização da sociedade, uma vez que o amplo uso da coerção física pode causar descontentamento. Ao mesmo tempo em que a política é um exercício de poder, também é um contínuo diálogo entre representantes e representados. Dessa forma, torna-se inevitável a relação existente entre as mudanças tecnológicas no âmbito comunicativo e as novidades no exercício político.

Uma melhor apreensão de como ocorre essa relação entre a política e a mídia pode ser alcançada quando analisamos com mais detalhes os processos da atividade política. Wilson Gomes (2004) propõe que toda atividade política funciona com base em pelo menos dois conjuntos de programas de ação, que também podem ser chamados de sistemas de práticas. Para Gomes, um sistema de práticas cumpre as funções internas na esfera política, enquanto o outro satisfaz as necessidades de interação entre o interior e o exterior da esfera política. Naquele primeiro conjunto de práticas, o autor afirma que existem funções *ad intra* e enquanto nesse último conjunto estariam presentes funções *ad extra*; isso significa a existência de um sistema imanente para dentro e outro voltado para fora.

Com a diferenciação dos conjuntos de atividades políticas, é possível perceber a área de maior ou de menor atuação da mídia no campo político. Enquanto práticas comuns ao âmbito interno da atividade política típica - como a produção legislativa e a deliberação parlamentar – há certa influência midiática, essa é potencializada quando tratamos de práticas voltadas para manter relação com a sociedade em geral.

O sistema de padrões de atividade, de comportamentos e disposições dos agentes, de habilidades e de estratégias, de regularidades e de programas de ação *ad intra* do campo político permite que a esfera realize as suas operações básicas relativas à produção da decisão política, ao exercício do governo com todas as dimensões que implicam, à atividade de produção de leis, às interações entre forças dos grupos e partidos no terreno, à disputa argumentativa nos plenários e tudo o mais que consideramos típico da atividade política. Esse sistema, que é de práticas mas também de representações e valores, sofreu alguma influência da política midiática, (...) e tem sido fundamentalmente estável e constante pelo menos desde a consolidação dos modelos republicanos modernos.

Os padrões de atividade, agentes, habilitações e programas de ação *ad extra* do campo político, por sua vez, cuidam de assegurar as operações básicas da relação entre a esfera profissional e institucional da decisão política e o restante da sociedade. Operações destinadas a obter apoio, o consentimento ou mesmo o medo da população com relação a quem exerce o governo ou a quem pretende ser colocado, pelo povo, em condições de exercê-lo.(...) As operações *ad extra* do campo político, e o sistema de práticas, representações e valores que elas supõem, são especializados na gestão das aparências, na produção e administração da visibilidade, na geração de legitimidade e na administração dos fluxos de comunicação política provenientes da esfera política e dirigidas à sociedade. (GOMES, 2004, p.425-426)

Nas operações *ad extra*, geralmente existem maiores contatos entre a política e a mídia, contudo, isso não significa que não exista relevante uso dos meios e das estratégias comunicacionais em atividades *ad intra*. No primeiro caso, torna-se mais visível e necessário esse contato, pois envolve estabelecer relações com um amplo público; entretanto, para estabelecer uma ligação entre todos os detentores do poder e permitir que esses tenham acesso

às informações necessárias para realizarem deliberações parlamentares coerentes com seus interesses também é primordial o uso de diversos meios de comunicação, mas que circulem no ambiente interno.

As formas como as instituições governamentais exploram os instrumentos de comunicação no campo político, tanto em atividades *ad intra* quanto *ad extra*, não são estáveis. Há a atualização constante da área e o objetivo deste trabalho é explicar como esses fluxos ocorrem na conjuntura atual. Serão essas estratégias e suas finalidades que analisaremos, em especial aquelas que ocorrem na relação do governo e de seus agentes com a sociedade, a qual será denominada de Comunicação Pública.

2 A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

2.1 Definições sobre Comunicação Pública

Uma vez estabelecida a relação entre a mídia e o exercício da política, propomos a análise dos instrumentos midiáticos elaborados por instituições governamentais considerando a existência de padrões normativos da comunicação que contribuem para afirmar, por meios simbólicos, a legitimidade desses órgãos políticos. Para fundamentar quais são esses padrões, que estariam ligados a conceitos de Comunicação Pública, precisamos diferenciar distintos aspectos da comunicação nesse contexto.

Referente aos objetivos “ideais” da comunicação, Mariângela Haswani (2009) afirma que, atualmente, no Brasil e em muitos outros países, parece que ainda não há clareza se o objetivo da comunicação no setor público deve ser informar, comunicar ou construir relacionamento. Carla Brotto (2005) estabelece a diferença de significado entre os verbos informar e comunicar de forma mais específica. Para ela, para que não haja uma identificação imprópria das respectivas modalidades, finalidades, instrumentos e especialidades profissionais, é preciso comparar esses dois termos com o conceito de “relação”, ou melhor, “estar em relação”.

Essa autora elucida alguns elementos de referência para diferenciar as três concepções de forma clara: Primeiramente, o verbo “informar” tem origem no latim, com o significado de “dar forma”. A informação seria um processo linear, de mão única, em que um emissor envia uma informação a um receptor, por meio de um canal. Ao emissor cabe exprimir, do melhor modo possível, contextos e situações utilizando o canal mais adequado para transmitir esses dados ao receptor, de forma que este último tenha condições de receber a informação do modo mais preciso. Nesse caso, não está previsto que o receptor envie algum tipo de resposta. Esse conceito aproxima-se da concepção mecânica do sistema geral de comunicação de Shannon (1949), em um esquema linear que define uma origem e um fim para as mensagens.

O verbo “comunicar”, por sua vez, também teria suas raízes no latim, com o significado de “colocar em comum”. Brotto (2005) afirma que a comunicação é um processo circular do qual o emissor e o receptor participam em fases alternadas de expressão e de escuta. Cada um desses agentes teria a tarefa de exprimir/codificar idéias e/ou vontades, e também de escutar/decodificar/interpretar, para dar uma resposta adequada. Essa

reciprocidade nas ações assegura que ocorra a circularidade do processo, no qual o envolvimento de ambos os participantes é semelhante.

A autora ainda considera que entre os significados extensíveis a “tornar comum” está “estar em relação”. A “relação” seria a estrutura construída nas trocas de comunicação interpessoal prolongadas no tempo, com reciprocidade de intenções e mútua satisfação. Pode ter seu significado compreendido como uma concepção do termo comunicar, porém que depende de uma significativa variável temporal, pois uma boa relação é caracterizada pela permanência no tempo. Uma relação entre duas ou mais pessoas/entidades se estabelece quando essas criam e mantêm um diálogo duradouro, fundado sobre uma permanente troca comunicacional.

Haswani (2009), em sua pesquisa sobre Comunicação Pública, ao abordar a questão do diálogo com a sociedade, afirma que todos seus entrevistados concordam com a existência da necessidade, por parte do governo, de informar, comunicar e estabelecer relacionamentos; entretanto, como forma de implementar essas ações, citam exemplos de atividades realizadas na ponta do processo de comunicação, como produção de jornais, folhetos, sites governamentais interativos, reuniões com a comunidade e anúncios nos meios de comunicação de massa. Dessa forma, somente instrumentos de comunicação que partem de uma instituição para o contato direto ou indireto com a sociedade são lembrados. Permanecem no esquecimento as políticas de comunicação ou de planejamento estratégico da comunicação, as quais poderiam elaborar melhores formas de abordagem e de recepção de “feedbacks”, uma vez que estão preocupadas com todo o sistema de comunicação.²

Para compreendermos melhor os fundamentos da Comunicação Pública à qual nos referimos, usaremos algumas diferenciações conceituais propostas por Jorge Duarte (2006) que serão adequadas para as análises a serem realizadas neste trabalho. São elas:

1) **Comunicação Governamental:** é considerada como os fluxos de informação e padrões de relacionamento que envolvem a ação do Estado em relação à sociedade. Duarte define Estado como o conjunto das instituições ligadas aos três poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário), incluindo empresas públicas, institutos, agências reguladoras e área militar. Estabelece-se uma diferença entre os conceitos de governo e de Estado: o governo seria um gestor provisório administrativo e político do aparato do Estado. Os agentes dessa forma de comunicação são a elite política e todos os integrantes das instituições

2 Mais detalhes sobre o planejamento de comunicação em Kunsch, 2003

públicas, representantes eleitos, agentes públicos nomeados e funcionários de carreira.

2) **Comunicação Política:** seria aquela que envolve o discurso e as atividades de governos, de partidos e de seus agentes para conquistar a opinião pública quanto a ideias ou ações que se relacionam com poder político, incluindo ou não atuações eleitorais.

3) **Comunicação Pública:** corresponde ao fluxo de informação e à interação que se relacionam com temas de interesse coletivo. Esse campo incluiria em seu conteúdo todas as questões ligadas ao aparato estatal, às ações governamentais, aos partidos políticos, ao terceiro setor e, em situações específicas, às ações privadas. “A existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da comunicação pública.” (DUARTE, 2006)

Mesmo com essa categorização mais específica, ainda é perceptível que as fronteiras que separam essas diferentes áreas são tênues. Justificamos a adequação da Comunicação Pública como o termo mais apropriado para este estudo ao explicitar como os outros conceitos não seriam completamente apropriados para o objetivo deste trabalho. Um estudo sobre a Comunicação Governamental estaria voltado para as ações do governo para comunicar à população informações que os líderes políticos tivessem interesse de tornar conhecimento público, sendo essas iniciativas baseadas em diversas motivações – da promoção pessoal à preocupação com o bem-estar da sociedade.

A Comunicação Política, por sua vez, segundo Maria Helena Weber (2007), tem todo seu discurso voltado para a eleição, isto é, o objetivo final é sempre o voto, mesmo em períodos não-eleitorais. De acordo com a autora, esse tipo de processo de comunicação está dirigido à propaganda de um projeto político, de um sujeito ou de um partido, muito mais do que à necessidade de prestação de contas. Dessa forma, a preocupação maior dessa área seria voltada para como os sistemas de comunicação das diferentes instâncias do governo, e de instituições relacionadas a ele, buscam a visibilidade para os atores políticos e a credibilidade para seus discursos e versões dos fatos, com a produção de uma informação cumulativa voltada para a formação de imagem pública que ocasionalmente influenciaria na decisão sobre o voto.

Quando examinamos os conceitos relacionados à Comunicação Pública percebemos que há um deslocamento na ênfase dos objetivos e das intenções da comunicação. Brandão (2007) atribui a esse processo comunicativo as atividades que se instauram entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania. Desta forma, a Comunicação Pública seria aquela destinada aos cidadãos, com informações úteis e necessárias para que eles exerçam essa condição.

A origem do termo Comunicação Pública remete a estudos realizados na Europa durante os anos oitenta, onde começou a ser trabalhado esse conceito. Este seria considerado como um processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade; consistiria em um espaço de debate, de negociação e de tomada de decisões relativas à vida pública do país.

Mais de uma década depois, Pierre Zemor propõe que a Comunicação Pública concederia a legitimidade do interesse público à administração estatal. Este posicionamento elucidava a crença na possibilidade de estruturar-se uma prática que possa contribuir para "identificar a utilidade pública, fomentar a cultura cívica, facilitar a ação governamental e garantir o debate público" (ZEMOR, 1995). Essa diversidade de objetivos implica também uma diferença nos atores sociais envolvidos, o que torna difícil definir a comunicação pública como uma modalidade da comunicação política.

De acordo com Matos (1999) se nos referirmos

à legitimidade e a representatividade do poder estatal no sistema político, essa modalidade de comunicação é aquela travada unicamente entre partidos, candidatos, eleitores e mídia, e então poderia ser considerada como política. Mas se aceitarmos um fluxo contínuo de comunicações que vão do governo ao cidadão mas também fazem o caminho de volta, do cidadão ao governo, teremos que admitir a diversidade de gêneros e formas de expressão que incluem os aspectos formal, informal, imaginário e a questão do limite entre o espaço público e privado. (MATOS, 1999, p.33)

Nessa conceituação, percebemos que a comunicação pública não corresponde exatamente ao que chamamos de campo da comunicação política – a qual seria mais voltado para algum tipo de persuasão - embora os termos estejam relacionados.

Uma maneira diferente de compreender esses conceitos advém de dois norte-americanos³ que chamam de sistema público de informação, em uma democracia, o conjunto de mensagens e suportes de comunicação por meio dos quais os cidadãos têm acesso a informações sobre as ações do governo e, simultaneamente, comunicam ao governo suas

3 Ver Cutlip, Scott. M. & Centyer, Allen. "Effective Public Relations", New Jersey, Prentice Hall, 1978.

opiniões e demandas. Segundo esses autores, podem ser incluídos neste sistema público o governo, os líderes políticos, os partidos políticos, os burocratas, as lideranças sindicais, os grupos de pressão, a mídia e os diversos especialistas em comunicação. Cada um desses atores teria uma função no processo democrático e a opinião pública emergiria como resultado da interação que ocorre neste sistema público de informação. Nesse aspecto, a comunicação pública insere-se no âmbito da comunicação política, uma vez que a primeira passa a ser considerada um campo de negociação pública, no qual medidas de interesse coletivo são discutidas e legitimamente resolvidas. Entretanto, essa abordagem parece limitada, uma vez que não demonstra os objetivos que motivam esse fluxo de comunicação, que foi principal diferencial que Jorge Duarte (2006) estabelece entre as duas áreas.

Esse autor apresenta uma definição de Comunicação Pública que se relaciona com a dos norte-americanos quando a considera como a relação que ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil – incluindo partidos, empresas, terceiro setor e todos os cidadãos) em assuntos de interesse público, mas a diferencia da área de atuação da Comunicação Política. Para o autor, essa primeira forma de comunicação viabiliza o direito coletivo e individual ao diálogo, à informação e à expressão. Ela permitiria o compartilhamento, as negociações, os conflitos e os acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva. Segundo Duarte “fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo.” Por sua vez, o autor inclui em seu conceito de Comunicação Política as atividades relacionadas à conquista, manutenção ou administração do poder político, quer se refiram ao interesse coletivo ou não.

O autor também ressalta a importância da Comunicação Pública para a relação público-governo:

O desafio da CP [comunicação pública] em colocar a perspectiva do conjunto da sociedade e do indivíduo-cidadão acima das instâncias governamentais, privadas, midiáticas, pessoais e políticas é o que, de alguma maneira, unifica o conjunto. Adotam-se como referência, para tratar de CP [comunicação pública], conceitos como cidadania, democratização, participação, diálogo, interesse público. Mais poder para a sociedade, menos para os governos; mais comunicação, menos divulgação; mais diálogo e participação, menos dirigismo, são algumas das premissas. A ideia-chave talvez seja a de *espírito público*, o compromisso de colocar o interesse da sociedade antes da conveniência da empresa, da entidade, do governante, do ator político. (DUARTE, 2006, p.17)

Dessa forma, compreendemos a importância da Comunicação Pública para a legitimidade do governo, uma vez que ela estabelece uma forma de diálogo entre a sociedade e seus governantes, contudo, não se trata de uma forma utópica, com o objetivo de governar mediante constantes deliberações populares, mas de atos concretos de participação da sociedade nas decisões sobre sua gestão, mesmo que essa participação ocorra com limites políticos e de recursos.

Duarte ainda identifica algumas funções nas quais a Comunicação Pública seria fundamental: identificar demandas sociais; permitir uma ação pública coerente e integrada; promover o interesse público; qualificar políticas públicas; orientar os administradores para uma gestão mais eficiente; garantir a participação coletiva na definição, implementação e controle das políticas e ações públicas; atender as necessidades dos cidadãos de obtenção de informações e opiniões, para garantir a pluralidade no debate público; estimular o exercício da cidadania; melhorar a compreensão sobre o funcionamento do setor público; induzir e qualificar a interação com a gestão e a execução dos serviços públicos; e avaliar a execução das ações de interesse coletivo.

A professora Heloiza Matos (1999) explica como essa forma de comunicação não é inerente a nenhuma sociedade. A autora elabora diversos estudos sobre as políticas de comunicação social que se integram às macroestruturas administrativas. Ela ressalta que, no Brasil, essas políticas adquiriram maior visibilidade no Poder Executivo e propõe como exemplo o projeto de comunicação integrado à administração do governo militar, que tinha como finalidade associar desenvolvimento e segurança nacional no início da década de 70, durante o governo do General Médici. Nesse momento, a comunicação governamental utilizou diversas técnicas de propaganda para legitimar o discurso ideológico e um projeto de desenvolvimento econômico-social.

Na opinião dessa mesma autora, após a redemocratização brasileira, os governos civis mudaram em direção a tendências distintas. Uma delas seria a comunicação política, como um modo competitivo para influenciar as percepções do tema político pelos instrumentos de comunicação de massa, por meio de estratégias de marketing para definir os assuntos e o formato como eles são apresentados ao cidadão. A outra seria a comunicação pública, que envolveria os indivíduos de maneira participativa, estabelecendo um fluxo de relações comunicativas entre o Estado e a sociedade.

Ao analisar a comunicação posta em prática pelo Executivo nas décadas de oitenta e noventa, Matos entende que ela não foi compreendida como processo e muito menos como política, foram apenas discursos maleáveis de acordo com a conjuntura, a fim de garantir

maiores benefícios para seu promotor, e não foi definida como uma forma de exercício da cidadania – como seria esperado de um regime democrático e que privilegiasse a comunicação pública.

Uma breve exceção nesse processo, segundo Matos, ocorreu durante a gestão Sarney no período imediatamente anterior ao lançamento do Plano Cruzado. A comunicação governamental nesse curto espaço de tempo, realizada principalmente por meio da veiculação televisiva gratuita reservada para a propaganda institucional, buscou o envolvimento da sociedade civil, demonstrando o anseio de estabelecer a identificação do governo com uma democracia em construção. Para isso, permitiu a manifestação de setores organizados e requisitou a participação dos cidadãos na Constituinte, associando aquele momento aos ideais mais nobres da sociedade brasileira.

Na contemporaneidade, há mudanças na comunicação governamental, política e pública causadas por influências de distintas tendências. É possível ressaltar duas dessas forças: Uma baseada nas mudanças provocadas pelo que Blumer (1990) denomina de processo comunicativo moderno, que consistiria em uma competição para influenciar e controlar as percepções do tema político com a utilização dos meios de comunicação de massa. A tentativa de atrair a atenção do público por meio de técnicas de marketing acaba sendo determinante para definir os assuntos e as formas como eles são apresentados à população. A lógica dos meios passa a integrar de forma relevante a agenda de governo, no qual existem cada vez mais profissionais dedicados a tornar possível um “governo com as notícias”, conforme expressão de Timothy Cook (1998):

Todas as instituições políticas têm funcionários para manejar e, frequentemente, para guiar a cobertura de notícias da mídia em uma direção ideal. O truque aqui é que o grande desejo de explorar as notícias da mídia em busca de suas próprias metas políticas pode apenas implicar as necessidades de notícias mais profundas no processo de governo. Quando nós falamos sobre “governando com as notícias”, então, pode ser que a preparação de notícias ajude atores políticos em curto prazo mas os pressione em direção a assuntos particulares, preocupações e eventos, e o afaste de outros, ao ponto que valores da imprensa passem a ser valores políticos, não apenas dentro da mídia, mas dentro do governo também. (COOK, 1998, p.240, tradução nossa)⁴

⁴ All political institutions have personnel to deal with and often to guide news media coverage in a optimal direction. The trick here is that the very desire to exploit the news media in pursuit of one’s own policy goals may only implicate the needs of news deeper into the processo of governing. When we talk about “governing with the news,” then, it may be that newsmaking helps political actors in the short run but pushes them toward particular issues, concerns, and events and away from others, to the point that news values become political values, not only within the news media but within government as well.

Isso significaria uma influência determinante da comunicação *ad extra* nas atividades *ad intra* em um processo que torna a aprovação da opinião pública muito relevante na tomada de decisões. Por outro lado, a segunda força a qual Blumer se refere consiste em uma força divergente da comercialização midiática aparece em outras possibilidades da comunicação política, que se aproximam mais da definição de comunicação pública: aquela que envolveria o cidadão de maneira diversa, participativa, estabelecendo um fluxo de relações comunicativas entre o Estado e a sociedade. Essas conexões também estabelecem relações entre os diversos detentores do poder, que por vezes somente têm acesso a informações de outras áreas de administração governamental com o uso das mídias que são teoricamente voltadas para o público externo.

Uma vez traçado o campo da Comunicação Pública, não necessariamente em uma comparação hierárquica com a Comunicação Política, embora estejam relacionadas, percebemos o caráter normativo de suas concepções que focalizam o exercício pleno da cidadania. Nosso próximo passo será tentar compreender como a mesma é exercida na realidade brasileira, identificando semelhanças e divergências entre a comunicação ideal e aquela que acontece no cotidiano do país.

Diversos autores afirmam a importância da Comunicação Pública para a democracia, devemos, portanto, analisar melhor as implicações dessa afirmativa para estabelecer um modelo teórico e empírico dessa comunicação. Após essa análise, poderemos compreender quais seriam as características almejadas para aqueles que atuam nessa área e, logo, traçar formas para medir de que modo a realidade está em consonância com um ideal proposto.

2.2 Comunicação Pública e Democracia

Definido o escopo de atuação da Comunicação Pública ao qual nos referimos, é necessário traçar um breve quadro teórico sobre um termo tão amplamente usado como a democracia e seus diferentes matizes, para que possamos compreender como esse tipo de comunicação contribui para ideais democráticos contemporâneos. Segundo Luis Felipe Miguel (2000), as teorias da democracia têm dificuldade para trabalhar com os meios de comunicação, apesar da importância cada vez maior da mídia na sociedade contemporânea. O pesquisador elabora uma classificação dessas teorias, baseado em algumas obras fundamentais, para entender o papel dos meios em cada uma delas.

O primeiro tipo seria a “democracia limitada”, que se refere a concepções liberais hegemônicas, as quais restringem a democracia a uma forma de seleção de governantes, por meio de eleições periódicas, considerando inviável qualquer presença popular mais efetiva na tomada de decisões políticas. Essa corrente baseia-se em parte no pensamento do economista austríaco Joseph Schumpeter, que define a democracia como um modo de alcançar uma minoria governante legítima. Nesse caso, a construção dos interesses coletivos é excluída, permanecendo, em seu lugar, a agregação mecânica de preferências preexistentes. Logo, o aspecto comunicativo, e mesmo político, da atividade é esvaziado.

Outra classificação seria a “democracia republicana”, a qual considera importante o caráter cívico da participação política. Nessa teoria, a participação do povo nos negócios públicos, como nas antigas cidades gregas e romanas é um ideal a ser imitado. A sociedade seria como a definição de “associação” para Rousseau: uma agregação, que pode também ser chamada de esfera pública, onde se cria uma verdadeira identidade coletiva. Nessa corrente pressupõe-se a existência de uma vontade geral, ignorando que os valores na sociedade são baseados em interesses de determinadas camadas, que estão em constante luta pela hegemonia, e também que é praticamente impossível que todas as decisões políticas sejam tomadas por fóruns. Ainda assim, ocorre a valorização da esfera pública, o que seria um campo fértil para o reconhecimento da relevância dos meios de comunicação no processo político, no entanto, eles costumam ser ignorados, pois há a ênfase na participação direta de todos os envolvidos e na comunicação interpessoal.

Por fim, o autor trata da “democracia deliberativa”, que enfatiza o aspecto de debate público indispensável para o processo democrático. Essa teoria priorizaria a necessidade da discussão política para a formação das preferências coletivas, inspirando-se principalmente no filósofo alemão Jürgen Habermas. Segundo os ideais desses teóricos, a legitimidade das normas sociais advém da discussão entre os integrantes da sociedade - que é essencial na “democracia republicana” - embora nem todos concordem com a possibilidade de um consenso, o que elucida a possibilidade de barganha nas deliberações. Há divergências sobre a importância da mídia pelos autores dessa corrente, variando da suspeita à proeminência, mas é neste ramo que encontramos maior coincidência com os ideais de democracia contemporâneos.

Percebemos que não há grande espaço para os meios de comunicação em nenhuma das três correntes, porém Luis Felipe Miguel aponta dois caminhos para retratar a centralidade da mídia nas democracias contemporâneas, independente da classificação dessas. O primeiro relaciona-se com o reconhecimento da essencialidade do discurso na prática política, uma vez

que é por meio desse que se constroem as identidades coletivas, que fatos sociais ganham significados, que se veiculam projetos políticos e que ocorrem as deliberações que levarão a uma vontade coletiva. Isso não significa que o discurso é o único meio de ação política, mas que a mobilização dos diversos recursos políticos depende do discurso, e esse está altamente ligado à mídia – canal por excelência de difusão do discurso político.

O segundo caminho para se compreender a importância da mídia refere-se a “seu papel de construtores da realidade social” (MIGUEL, 2000) uma vez que ela surge como grande provedora de informações das sociedades contemporâneas. Embora não invalide outras esferas de influência, como a família, a religião, a escola, os partidos; quase toda informação a que o indivíduo tem acesso, que lhe possibilita agir no campo político, passa pelos meios de comunicação.

Atualmente, é impossível um governo do povo sem intermediários, logo a existência de representantes e o contato destes com seus representados é parte crucial na teoria democrática contemporânea. José Luis Dader (1998) amplia essa perspectiva definindo a democracia em termos comunicacionais. Para o autor, a democracia é o sistema político que permite, fomenta e protege um subsistema de comunicação política democrática, comunicação que, por sua vez, consiste no

conjunto plural, transparente e fluido de redes, processos e conteúdos de informação e comunicação, em que os cidadãos comuns, assim como os membros das elites políticas, desfrutam de liberdade de acesso e de plena satisfação informativa – na medida de seus desejos de deliberação e conhecimento -, através de quantos canais, institucionais ou populares, uma sociedade seja capaz de dotar-se. E tudo isso com as únicas e mínimas limitações que a salvaguarda desses direitos gerais exija frente a privilégios ou pretensões particulares abusivas. (DADER, 1998, p.17-18, tradução nossa⁵)

Dessa forma, não somente se define a comunicação como o cerne da democracia, como se caracteriza o tipo de comunicação que pode ser considerada democrática: aquela que ocorre de forma transparente e plural, que permite a deliberação entre representantes e representados no campo político para a tomada de decisões. A democracia moderna, segundo Giovanni Sartori (1993), assenta-se fundamentalmente nesse diálogo baseado nos princípios da representatividade dos dirigentes em relação aos dirigidos e nos da responsabilidade dos

⁵ “Conjunto plural, transparente y fluido de redes procesos y contenidos de información y comunicación, em El que los ciudadanos corrientes al igual que los miembros de las elites políticas disfrutan de libertad de acceso y plenitud de satisfacción informativa – em la medida de sus deseos de deliberación y conocimiento -, a través de cuantos cauces, institucionales o populares, una sociedad sea capaz de dotarse. Y todo ello con las únicas y mínimas limitaciones que La salvaguarda de esos derechos generales exija frente a privilegios o pretensiones particulares abusivas.”

dirigentes perante os dirigidos. O teórico italiano ressalta a discussão ou deliberação como componente essencial e instrumento de realização dos princípios supracitados. Por vivermos então em um “governo mediante a discussão”, o debate público e a comunicação política deve ser de grande relevância social em todos os momentos.

Observando as teorias democráticas expostas, percebemos que em sua essência está o contato entre os cidadãos e os seus governantes, o que depende em grande parte da Comunicação Pública; mas também é explicitado que não é qualquer tipo de contato que pode ser considerado democrático, uma vez que quando esse não colabora para a construção e implementação dos interesses coletivos, acaba limitando o exercício da democracia de um país. É preciso avaliar então como a Comunicação Pública pode ser usada para fortalecer a participação dos indivíduos nas discussões cotidianas sobre política, o que é uma das bases da democracia deliberativa estabelecida no Brasil.

Quando se indaga se a Comunicação Pública tem um papel no processo democrático, é necessário analisar a evolução histórica do conceito e da prática dessa área e sua inserção atual. Alguns estudiosos⁶ propõem que os serviços de produção e de difusão das informações, que foram criados como ações de propaganda e de integração social, seguem a tendência, no momento atual, de assumir funções de análise do ambiente e do serviço público como um modo de auxiliar no planejamento das ações governamentais para a tomada de decisões políticas.

Segundo Heloiza Matos (1999), essa perspectiva

contrapõe informação e persuasão mais uma vez, mas abre a possibilidade de integrar a comunicação governamental como tarefa da instituição pública, não utopicamente separada da lógica de mercado, mas sem eximir de todo o Estado de sua responsabilidade de mediador legítimo da sociedade. Seria como um marketing público: a comunicação pública é elaborada como uma estratégia para o planejamento e tomada de decisões governamentais, estratégia ditada pelas condições de cenário do mercado político e estatal. (MATOS, 1999, p.34)

A autora considera a existência de interesses políticos e de marketing na Comunicação Pública, mas aponta a sua tendência de mudança para processos mais amplos e coerentes com as expectativas sociais. Além disso, como toda forma profissional de comunicação, essa conta com estratégias de planejamento, implementação e controle, para alcançar seus objetivos – sendo um deles atender a seu público. O que devemos questionar é o quanto essas metas estão relacionadas com a opinião pública, e com a transmissão de informações de interesse público.

6 Ver Loisier, J. & Cossette, M.N. "Communication publique et processus démocratique" in: Administration publique du Canada, vol. 36, 1993.

O planejamento é fundamental na relação do governo com a sociedade, e logo, é primordial na área de comunicação. Por meio desse instrumento, evita-se tomadas de decisões errôneas, conflitos desnecessários e desperdício de tempo e de capital com procedimentos inadequados, algo que pode afetar vidas de maneira definitiva quando se lida com o dia-a-dia da sociedade. Existem várias formas de se realizar o planejamento, mas Osborne (1995) resume algumas de suas características:

Os vários processos de planejamento estratégico apresentam aspectos diferentes, mas a maioria deles envolve um certo número de passos básicos: análise da situação interna e externa; diagnóstico ou identificação das questões mais importantes à frente da organização; definição da sua missão fundamental; articulação dos seus objetivos básicos; criação de uma visão do sucesso almejado; desenvolvimento de uma estratégia para realizar a visão e os objetivos definidos; elaboração de um calendário para executar a estratégia e; mensuração e avaliação dos resultados alcançados. (OSBORNE, 1995, p. 255).

Além desses elementos, há uma expectativa popular de que os governos democráticos tenham uma preocupação com concordância entre a população sobre o rumo a ser tomado, uma vez que são suas demandas que devem ser atendidas por seus representantes. Nesse contexto, Osborne (1995) apresenta uma visão cética sobre o planejamento estratégico, pois o considera como uma antítese da política, pois o planejamento exige racionalidade, enquanto a política exige resultados rápidos, o que muitas vezes prejudicam o raciocínio e a ação pensada no longo prazo, pois são esses resultados que garantem a permanência nos cargos. Quando os governos estão preocupados com a prestação direta e imediata de serviços, muitas vezes negligenciam sua função de indicar o rumo para a sociedade.

Um conceito que auxiliaria na definição de bases democráticas para o funcionamento das instituições governamentais, apesar das contradições de sua prática cotidiana, seria o de *accountability*. Segundo Fernando Lattman-Weltman, o termo

articula ao mesmo tempo tanto uma dimensão normativa do sistema político democrático – a que fins deve ele responder – quanto uma mais propriamente operacional: que performances pode-se obter das instituições democráticas. Na verdade, quando mencionamos a normatividade da democracia não fazemos simplesmente referência a algum conjunto mais ou menos abstrato ou ideal de valores éticos, mas sim ao conjunto de expectativas que o sistema produz acerca de si mesmo e de seu desempenho perante os atores sociais que, de um modo ou de outro, o sustentam (ou predam). (WELTMAN, 2001, p. 2)

Para o autor, o desempenho “real” da democracia tem importância equivalente ou menor do que a percepção que os atores têm sobre esse desempenho e sobre o quanto suas necessidades e interesses são atendidos por seus representantes. Dessa forma, a produção e a

circulação na sociedade de informações e suas versões ou estruturas de representação são decisivas para a mobilização e a legitimação de estratégias de conduta política ou de intervenções em questões institucionais democráticas.

Weltman (2001) elucida as duas dimensões básicas da *accountability*: a **dimensão vertical**, que se refere à capacidade (ou não) dos representados exercerem o seu poder de recompensa ou punição aos seus representantes; e a chamada **dimensão horizontal**, que alude ao poder de limitação e controle mútuo que exercem (ou não) entre si os vários grupos de representantes. Enquanto a dimensão vertical atuaria no campo delimitado classicamente pela própria noção básica de representatividade do sistema, a efetivação da dimensão horizontal é o terreno das teorias de separação de poderes, da competição institucionalizada. Essas suas dimensões estariam intimamente ligadas e seriam objetos da Comunicação Pública.

Bernard Miège afirma que

a comunicação pública parece ser não somente um fator de mudança para a administração pública, mas também um meio de modificar o comportamento do público e suas atitudes, e de envolvê-lo em novas tarefas que exigem sua adesão, a ponto dela aparecer como substituta da confrontação face-a-face com os cidadãos. (MIÈGE, in MATOS, 1999, p.37)

Mais uma vez percebemos a tendência voltada para a tentativa de estabelecer uma relação do governo com seus governados de uma maneira instrumental. Todavia, os meios de comunicação contemporâneos permitem um maior alcance e participação de diferentes grupos sociais, de líderes de opinião e mesmo do cidadão comum. Com a perda de controle estatal sobre a mídia, a Comunicação Pública foi se adaptando ao formato mercadológico típico das mídias privadas, e se aproximando muitas vezes do marketing político, o que seria uma das dificuldades de seu exercício democrático. Esse formato reduz conceitualmente o conjunto da comunicação política a apenas uma de suas circunstâncias. Gilles Achache defende que abordagens dialógico-rationais e propagandísticas, fundamentais para a política, têm sido substituídas por aquela voltada para a comercialização, e isso com graves consequências:

Diferentemente dos modelos anteriores, a comercialização política não supõe nenhum ponto de vista, nenhum valor substancial (...) sem supor nada pode colocar-se ao serviço de todos. Por isso apresenta-se como um conjunto de técnicas puramente instrumentais. A comercialização política só poderia desenvolver-se e estar em posição dominante em sociedades caracterizadas por um vínculo social descontínuo. Ali onde o espaço público se fragmentou em diversos espaços particulares, em sistemas de valor e interesses vários, as categorias de comercialização podem envolver a comunicação política: nessas sociedades que já não proporcionam nenhum termo, nenhum ponto fixo arquimediano a partir do qual fosse possível pensar sua unidade: as nossas. (ACHACHE, 1989, p.54, tradução nossa)

Nessa forma de comunicação, usam-se pesquisas para informar-se sobre a opinião pública e estratégias publicitárias para atingir resultados rápidos. Prejudica-se, conseqüentemente, o caráter informativo e prestador de contas, que informaria o cidadão e o auxiliaria a participar efetivamente da vida pública; e privilegia-se o lado instrumental, como em uma permanente competição política.

Outro possível efeito perverso dessa forma de se exercer a Comunicação Pública é citado por Miège (in MATOS 1999): o governo e seus agentes estariam realmente divulgando informações de utilidade pública ou evitando que o cidadão tenha ciência do verdadeiro processo de tomada de decisões, causando uma "ilusão" participativa? Para o autor, se um governo favorece uma comunicação que garante o direito da população à informação, considera o cidadão como co-responsável pela condução administrativa; porém se privilegia aquela voltada para a persuasão, impõe-se a tutela do Estado sobre o cidadão e limita-se a liberdade e os ideais democráticos.

Alguns teóricos propõem que a Comunicação Pública por meio dos instrumentos governamentais pode ser bem restritiva, e que a divulgação de informações desse campo por meio da imprensa seria mais variada e profunda, o que permitiria “espaço público indispensável de informação, debate e formação da opinião na democracia contemporânea” (DUARTE, 2006). Essa proposta, entretanto, não considera os interesses dos veículos de comunicação de massa, que estabelecem seus critérios de seleção de temas, conteúdo e opiniões, assim como o modo de apresentá-los. As decisões sobre a linha editorial não têm um compromisso com a educação e participação de todos, elas têm relação com interesses mercadológicos e estratégicos, que podem por vezes estimular o debate público, mas sem que isso seja uma premissa indispensável.

Como já foi debatido neste trabalho, em uma sociedade democrática, o objetivo dos meios de comunicação em relação a temas políticos não pode ser apenas informar, sem estabelecer fluxos de relação, pois dessa atividade depende a capacidade dos indivíduos de definir suas opiniões e de atuar nas decisões de seus governantes. Duarte explicita essa importância dos meios para a cidadania:

O estímulo ao debate e ao exercício da cidadania é realizado pelos meios de comunicação quando esses permitem formas de acesso e de participação, além da ampliação de redes sociais que contribuam para uma maior ligação entre os agentes públicos, os grupos de interesse e o cidadão, e, conseqüentemente para o avanço no estabelecimento da vontade coletiva. Sociedades democráticas como a brasileira exigem refinamento nas estratégias comunicativas e diversidade de instrumentos, processos e agentes; que a transparência e o compromisso com o cidadão sejam pré-requisitos; que os públicos tenham respeitada sua heterogeneidade; e que não seja subestimada a capacidade de interesse e participação. (DUARTE, 2006, p18)

Percebemos que o cerne da Comunicação Pública envolve perpassar diversos tipos de temas entre diversas camadas da sociedade, com a possibilidade de criação de consensos pelo diálogo. Essa atividade não é inerente à função governamental ou à lógica da mídia de massa, mesmo quando esses temas envolvem o interesse público.

A relevância dos meios de comunicação de massa para a sociedade contemporânea, como os principais locais de intercâmbio de informações públicas, também causa dificuldade à Comunicação Pública democrática. Esses meios seguem regras mercadológicas, que restringem e “espetacularizam” o debate, em detrimento da prioridade do interesse público. Muitas vezes, a comunicação do governo é considerada como algo diferente da lógica midiática – um discurso lento, repetitivo, complexo e voltado para a persuasão da primeira em contraposição às informações rápidas, curtas, imediatistas, simplificadas, com vista ao entretenimento dessa última.

A presença de novas tecnologias de informação e a quase onipresença da mídia no cotidiano não aumentam automaticamente a presença da Comunicação Pública, nem a participação do cidadão nas discussões políticas, como as leituras mais otimistas da democracia deliberativa. A internet foi considerada por muitos teóricos uma possibilidade do renascimento da esfera pública, por permitir a comunicação horizontal sem limites e sem hierarquias, no entanto, essa também não é intrinsecamente democrática. Sivaldo Pereira esclarece e apresenta exemplos:

Os processos de comunicação que estes novos meios estabelecem não são unidimensionalmente benéficos para a saúde da democracia, ainda que sua arquitetura propicie fluxos horizontais de comunicação. Suas ferramentas possuem flexibilidade de uso, que podem tanto aumentar o controle da ação comunicacional quanto propiciar válvulas de escape a este mesmo controle. E a apropriação pode ocorrer de diversos modos, ter variados fins e surtir diferentes efeitos. (...)Em países em regimes não-democráticos, principalmente no oriente, governos têm sustentado mecanismos de bloqueio de *sites* e *blogs* considerados politicamente ou moralmente inapropriados. Portanto, *sites* governamentais também podem sofrer censura interna, podem ser meios de comunicação que reforçam manipulação e podem ter seus objetivos democráticos distorcidos ou direcionados ideologicamente. (PEREIRA, 2009, p. 5)

Houve grande entusiasmo, com o advento da internet, pela possibilidade de uma interação global, na qual todos teriam espaço para mostrar seus desejos e suas reivindicações, alcançando igualmente tanto seu grupo social quanto seus governantes, surgindo também a possibilidade na formação de novos movimentos sociais que emergem do contato facilitado com todos os que apresentam ideologias ou problemas semelhantes. A tecnologia seria um caminho para alcançar uma transformação no paradigma atual de

extremo desequilíbrio no nível de concentração de informações políticas. O geógrafo Milton Santos (2000), seguindo os pressupostos marxistas, defendia essa capacidade do avanço da democracia pelos novos meios técnicos, atribuindo ênfase especial à área de comunicação:

Os sistemas técnicos de que se valem os atuais atores hegemônicos estão sendo utilizados para reduzir o escopo da vida humana sobre o planeta. No entanto, jamais houve na história sistemas tão propícios a facilitar a vida e proporcionar a felicidade dos homens. A materialidade que o mundo da globalização está recriando permite um uso radicalmente diferente daquele que era o da base material da industrialização e do imperialismo. (SANTOS, 2000, p. 163-164)

O autor enfatiza que, com os meios atuais, surgem novas possibilidades, mais difundidas e de maior alcance, de reivindicação e de luta pelo bem-estar social. Por outro lado, Heloiza Matos (1999) enfatiza que os meios sem a vontade nada significam. A sociedade pode estar inundada com técnicas avançadas de comunicação, entretanto, se as relações políticas que elas propiciam forem superficiais e desequilibradas, não haverá participação popular relevante no processo de tomada de decisões.

A onipresença das mídias em tempo real e os mecanismos de sondagens parecem ter dado conta de toda a realidade. No entanto não diminuiu o abismo entre o círculo de tomada de decisões políticas e o homem comum, não aproximou os jornalistas, os políticos e as elites do resto da sociedade, não dando conta do funcionamento da vida democrática. A espetacularização da política trouxe por consequência uma cultura política esterilizada, banalizada, superficial – e esses efeitos negativos são acentuados em países com baixos níveis educacional e de consciência política. (MATOS, 1999, p. 38)

Essa crítica também é feita por Marco Bombardelli, que alerta para a permanência de desigualdades de poder no campo da comunicação com os novos meios, alterando-se apenas a velocidade com a qual essa atividade é realizada. Para ele há o risco de

o procedimento passar a ser a simples reprodução, através da tecnologia informática, dos procedimentos tradicionais, com a mesma sequência de vícios e equívocos da estrutura administrativa obsoleta, praticados com uma velocidade muito maior, proporcionada pelo instrumento utilizado (BOMBARDELI, in ARENA, 2004, p. 90).

É preciso verificar se as potencialidades de democratização da mídia contemporânea se confirmam e promovem a aproximação entre dirigentes e dirigidos. Também é necessário verificar a transparência e alcance dessa comunicação - manifestada oficialmente por meio da Comunicação Pública - como os ideais da democracia estão presentes nela, e como ela é realizada no cotidiano da política no Brasil. Com esse objetivo, procuremos examinar os

detalhes e a prática dessa Comunicação, para isso, estabeleceremos um breve panorama teórico e algumas categorias para análise empírica.

2.3 A Comunicação Pública na prática da política brasileira

Entender o cotidiano das práticas de Comunicação Pública requer a compreensão do contexto em que ela se insere primordialmente: as organizações públicas. Há relevante importância da área de comunicação para uma instituição de administração pública. A comunicação é fundamental para o processamento das funções administrativas internas e do relacionamento das organizações com o meio externo. Como o governo lida com o interesse comum, envolvendo toda a sociedade, sua gestão também deve estar comprometida com ideais democráticos. É preciso, então, entender como essas lógicas coadunam-se atualmente.

Para Doris Graber (1992) a comunicação é uma ação essencial integrante da definição do termo “organização” que, em sua concepção, seria um sistema estável no qual muitos indivíduos coordenam seu trabalho por meio da comunicação para alcançar objetivos comuns. A autora ressalta a importância dos fluxos de comunicação na entrada do sistema, principalmente para os operadores do setor público, mais expostos à heterogeneidade das demandas externas. Para esses, seria primordial dedicar maiores atenções à grande quantidade de informações que recebem, embora, nem todas elas possuam a mesma relevância no momento das decisões políticas. O passo seguinte seria a divulgação dessas decisões da forma mais transparente e abrangente possível. Nesse momento, Mariângela Haswani (2009) enfatiza alguns possíveis problemas:

É claro que os administradores públicos estarão majoritariamente propensos a enfatizar os conteúdos positivos e inovadores das escolhas assumidas e, daí, tentar persuadir os cidadãos da “bondade” e da “qualidade” do seu trabalho. Assim fazendo, porém, muitos conteúdos essenciais para a correta compreensão das decisões podem perder-se em um mar de outros aspectos enfatizados na mensagem. No movimento contrário, a presença dos detalhes informativos pode fazer passar para segundo plano alguns elementos relativos à inovação e ao significado simbólico e político da decisão tomada. (Haswani, 2009, p.5)

Além dessa relação governo-sociedade que pode ser manipulada por interesses políticos, não permitindo que o público externo a uma organização pública tenha a ciência de todos os processos de tomada de decisões internos há também dificuldades em estabelecer-se

uma comunicação interna abrangente e sem barreiras. Alessandro Rovinetti (2000) ressalta que esse diálogo interno é uma das atividades mais importantes da organização e considera relevante a existência de três valores: a consciência, a participação e a projeção externa. Especificando, o autor se refere a como a consciência das funções que cada operador da administração realiza pode reforçar a criatividade e a identidade da estrutura; como a participação pode aumentar a competência e a colaboração nas diversas etapas do planejamento; e como a projeção externa fortalece sentimentos de co-responsabilidade, o que torna mais fácil o comprometimento nos esforços exigidos no cotidiano.

O autor ressalta também a necessidade de uma perspectiva estratégica nos processos de modernização da administração, e conseqüentemente, da comunicação pública, devido à maior consciência dos direitos sobre cidadania e também às inovações tecnológicas. Essa necessidade tem sido percebida, o que pode ser comprovado com o grande salto qualitativo e quantitativo dos instrumentos e profissionais de comunicação nessas organizações. Existe um grande interesse por parte do comunicador governamental em estabelecer um diálogo apropriado e boas relações com os cidadãos e usuários de serviços, seja para obter aprovação dos atos da organização como um todo e, dessa forma, manter bons índices de aprovação para seus integrantes, seja para garantir a ampliação de suas bases sociais e políticas com o objetivo de assegurar a manutenção do poder desses. Nesse caso, retomam-se as concepções de Schumpeter de que o interesse próprio pode gerar efeitos democratizantes, embora limitados. Ressaltada, então, a importância da comunicação na administração pública como fator necessário para o funcionamento organizado da estrutura, com o estímulo para o diálogo interno e externo como elemento fundamental para o exercício da cidadania; analisemos essa área funciona na realidade brasileira.

No Brasil, diversos autores compreendem que a Comunicação Pública é um conceito que tem origem na noção de comunicação governamental (MATOS, 1999). Teve seu início com viés autoritário e sofreu grande transformação após efetiva volta da democracia na década de 1980. Durante os anos trinta, o governo federal definiu políticas de controle de informações cujo apogeu se deu entre 1939 e 1945, por meio do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que consistia em uma rede nacional que buscava controlar e orientar a imprensa. Algumas décadas depois, ao longo do regime militar, é organizado o Sistema de Comunicação Social no âmbito do governo, cujos focos eram propaganda e censura.

Com o fim do domínio militar, surgem diversas fontes de pressão para que o panorama da comunicação no país sofresse importantes mudanças. Novas leis advindas da Constituição de 1988 e do Código de Defesa do Consumidor contribuem para a transformação do Papel do

Estado, e para maior liberdade de atuação de diferentes grupos sociais. Isso garantiu a progressiva conquista de direitos e a maior participação sobre o destino do governo brasileiro.

O desenvolvimento tecnológico, principalmente o advento da internet, foi outro fator que colaborou para um sistema de participação com mecanismos para dar respostas mais imediatas e específicas às demandas populares por informação. Isso acompanha a atual necessidade, típica da comunicação em redes, de um tratamento menos distante e desequilibrado na relação de poder entre o cidadão e o Estado e suas instituições. Apesar disso, atualmente, ainda há dificuldades na relação entre a sociedade e seus gestores. Existe, além da apatia e ceticismo, a falta de formação política da população, em uma mescla de desinformação, com falta de oportunidades de participação e com o frequente descrédito em relação à gestão pública.

Não obstante, comparados a muitos países, a população brasileira apresenta níveis razoáveis de participação política. Em pesquisa realizada no ano de 2010 pela revista americana *Newsweek*⁷, o ambiente político do Brasil figura na 43ª posição entre 100 países analisados – foram considerados os fatores liberdade, estabilidade e participação política. Estudo realizado pelo Ibope em 2003 para o Observatório da Educação e da Juventude⁸ confirma que quase metade da população (44%) afirmou que desejaria participar das práticas capazes de influenciar as políticas públicas. Contudo, é interessante observar que o principal motivo para o desinteresse nessa área seria a falta de informação sobre essas práticas (35%), seguido da falta de tempo do cidadão (26%) e do fato das práticas serem consideradas chatas pela população (21%). Somente 9% afirmaram não querer participar por não considerar o tema importante. Dessa forma, compreendemos que o déficit de informações é fator gravíssimo que desestimula a participação política no Brasil.

Nesse contexto, a Comunicação Pública torna-se um meio fundamental para contribuir para a mudança da parte da população que se mantém distante dos indivíduos em relação à política, incentivando-os a atitudes mais participativas. Com uma forma mais transparente, compreensível e de fácil acesso para a divulgação das informações governamentais, pode-se estimular a participação política dos cidadãos. Dessa forma, a comunicação pode fomentar a interação cidadão-Estado não somente daqueles que estão previamente interessados nisso, mas também daqueles que ainda não se sentem estimulados por incompreensão do funcionamento dos processos de gestão. A Comunicação Pública contribuiria, então, para que

⁷ Pesquisa pode ser consultada em <http://www.newsweek.com/2010/08/15/interactive-infographic-of-the-worlds-best-countries.html>

⁸ Estudo encontrado em <http://www.observatoriodaeducacao.org.br/>

maior parte da sociedade possa estar ciente e apta a participar das decisões sobre seu próprio rumo. Essa possibilidade não implica que o cidadão queira ou esteja disposto a arcar com os custos de se informar (Popkin,1994), o desejo desse envolvimento por todos seria uma expectativa irreal sobre a participação política, contudo, isso não anula que essa comunicação seja essencial para a sociedade.

A comunicação, sabe-se, é energia que dá vida às organizações; por isso, administrá-la, na área privada, é essencial para a eficiência e até sobrevivência num ambiente altamente instável, volátil e crítico. No ambiente de interesse público, há responsabilidade maior, do atendimento ao direito do cidadão de ter capacidade de agir em seu próprio interesse e na viabilização das demandas coletivas nas mais diversas áreas. (DUARTE, 2006, p.20)

Mariângela Haswani (2009) apresenta algumas mudanças na área da Comunicação Pública que têm ocorrido devido à globalização, como a ampliação de acessos – alcançando níveis mundiais - a temas anteriormente locais, ou a realização de atribuições estatais por organizações do terceiro setor e do mercado. Ela também enfatiza que, paralelamente, a sociedade civil adota uma postura cada vez mais agressiva na cobrança dos direitos de cidadania, pressionando aquelas estruturas estatais ainda não adaptadas à nova realidade. Pela união desses fatores, a autora avalia como urgentes as reformas nas estruturas administrativas que ela considera obsoletas, para que haja uma comunicação adequada à máquina estatal. Haswani (2009) ratifica sua crítica com a definição do funcionamento da administração pública no Brasil proposta por Torquato Rego (2002), em seu Tratado de comunicação organizacional e política:

[...] Na administração pública, a mentalidade é muito arcaica. Parcela significativa dos funcionários públicos do Brasil pensa de maneira ortodoxa, considera suas repartições um baú velho, e seu trabalho, uma obrigação. Estão ali, mas adormecem mental e psicologicamente no serviço, como se fossem extensões das máquinas. Não se entusiasma e não usam a criatividade. A comunicação, portanto, padece dessa mazela, a doença da acomodação, a paralisação da malha pública. As instituições públicas são máquinas burocráticas, freqüentemente inertes, paquidérmicas, sofrendo a comunicação com os efeitos das estruturas obsoletas. O desafio da comunicação na instituição pública é aproximar seus serviços da sociedade. Ocorre que a comunicação sozinha não faz milagres. Se o serviço público é ruim, a comunicação não vai consertar a imagem da administração (REGO, 2002, p. 83).

A administração pública no Brasil dificilmente é reconhecida como eficiente, e os frequentes escândalos políticos aumentam a deterioração da legitimidade das instituições governamentais e, logo, da sua imagem institucional frente à opinião pública. O conhecimento dessas opiniões externas, assim como o levantamento, a análise e a crítica de suas próprias condições internas são importantes para o funcionamento da administração pública, assim como a identificação da abrangência de sua atuação. Quanto melhor for a informação que os governantes tenham sobre seus governados, maiores serão as possibilidades de emitirem julgamentos e de tomarem decisões convergentes com as opiniões de seus funcionários e da população. A incompreensão entre governantes e governados resulta, muitas vezes, da falta de informações, uma vez que, ainda existem amplos setores da administração pública que não dedicam grandes esforços em garantir o esclarecimento para seu público interno e externo sobre as motivações e as dinâmicas do funcionamento da organização.

A administração pública está em evidência na mídia de massa e sujeita a diversas críticas, por isso, para melhorar sua imagem, deve, além de informar, também comunicar de forma transparente e esclarecer pontos críticos para que seus planos e programas obtenham tanto a compreensão interna quanto o apoio público, tudo isso permitindo a ampla visibilidade dessas ações seguindo o conceito de *accountability*. As organizações públicas precisam esclarecer a lógica de seu funcionamento, suas ações e seus objetivos, “reduzindo assim as áreas de ignorância e a proliferação do desinteresse, da mordacidade e até mesmo da hostilidade” (ANDRADE, 1982). A área de comunicação tem papel fundamental para contribuir para a execução de um diálogo transparente e aberto em todos os sentidos da linha hierárquica da entidade pública, mas para que isso aconteça, todos seus integrantes precisam ser informados e treinados. Alguns estereótipos sobre os funcionários da administração pública (pouca eficiência, cabide de empregos, burocracia, suborno, gastos excessivos, etc.), atualmente, sobrepõem as boas qualidades que eles possam ter, e também dificultam a obtenção do apoio público, o que faz com que predomine a imagem de uma organização problemática.

Essa pressuposta ineficiência da administração e, conseqüentemente, na comunicação no âmbito governamental não pode ser confirmada sem que haja um estudo concreto sobre ela. Por isso este estudo mostra-se relevante, procuramos uma forma de acompanhar o cotidiano da comunicação na administração pública de forma empírica. Alguns teóricos que o fizeram observaram avanços importantes na utilização de recursos tecnológicos - como a Internet - para agilizar a oferta de serviços públicos, para realizar a prestação de contas e para implementar canais de ouvidoria; mesmo que isso não faça parte de um plano de reformas

mais profundas no âmago da administração institucional. Albo Fregoli (1992), ao se referir às administrações locais, mais especificamente às municipais, sustenta que a atividade de comunicação não pode se eximir do fenômeno de mudança social que demanda “uma idéia nova de cidade” aberta à participação dos cidadãos e, por isso, muito mais disponível à transparência e às “atividades de escuta”.

Fregoli (1992) enfatiza que a crescente consciência dos direitos de cidadania requer um comportamento comunicativo transparente e participativo por parte das administrações. O autor, então, formula dois modos de comunicação contrapostos:

1. O primeiro, chamado de autorreferencial é dominado pelas exigências de uma instituição fechada, pouco disponível à abertura para o ambiente externo, por isso não instrumentalizada por uma correta transparência, com a finalidade essencial de satisfazer às exigências exclusivamente internas;
2. O segundo, considerado da transparência, objetiva, ao contrário, a projetar toda a organização para o ambiente externo, prevendo canais para entrada e saída das informações e, conseqüentemente, institucionalizando os processos de adaptação contínua às exigências dos cidadãos contribuintes e usuários dos serviços públicos. (FREGOLI: 1992, p. 1414).

Fregoli separa, por meio dessa classificação, a comunicação interna e externa de forma decisiva, sem considerar como a mídia de massa pode influenciar as opiniões e o conhecimento dos integrantes de uma organização. Também não se pode ignorar a convergências de informações que os meios digitais apresentam para o público interno e externo, uma vez que esse é geralmente de amplo acesso para ambos. Devido a essa confluência e retro alimentação dos meios existente na atualidade, é preciso examinar a lógica de cada meio de comunicação usado na Comunicação Pública.

A partir dos conceitos e do histórico das relações entre a área de comunicação e a política apresentados neste capítulo, justificamos a escolha pelo enfoque na Comunicação Pública por esta voltar-se para o objetivo de estabelecer meios que atendam ao interesse público. Percebemos também como as instituições governamentais devem tentar aplicar as características dessa área de comunicação para fomentar o desenvolvimento da democracia e da cidadania. Transformando os aspectos ressaltados em categorias de análise, é possível avaliar objetivamente o quanto a prática comunicativa de setores do governo, em especial do legislativo, aproximam-se ou afastam-se dos modelos desejáveis para a sociedade. Na tentativa de realizar essa empreitada, insere-se o estudo de caso que apresentaremos a seguir.

3 ESTUDO DE CASO SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL

Neste estudo, analisaremos os instrumentos utilizados pela área de comunicação da Câmara Municipal do Rio de Janeiro. Para isso, apresentaremos um breve histórico da atividade legislativa da cidade, descreveremos o funcionamento do setor de comunicação atual e avaliaremos os meios que são por ele utilizados tendo como base propostas teóricas da Comunicação Pública e em categorias delas decorrentes.

3.1 O Poder Legislativo na cidade do Rio de Janeiro

A atuação do poder legislativo é imprescindível para o bom funcionamento da democracia brasileira. Suas características podem ser contrapostas ao caráter monolítico dos regulamentos, leis e decisões dos Executivos, pois suas atividades tendem a ser mais plurais e representativas. A necessidade imediata de tornar públicas as discussões e os processos de tomada de decisão dos legisladores vai de encontro à independência e a dificuldade de interferir, por parte da sociedade, nas decisões administrativas do Executivo. Heloiza Matos (1999) afirma que o caráter gestor e administrativo típico do poder Executivo tende a ser autocrático e por isso, seria essencial para um bom exercício da democracia a existência de um poder mediador que seja o verdadeiro representante da pluralidade de ideologia e de interesses da sociedade. Segundo a autora:

o Legislativo é, ao mesmo tempo, limite do poder individual e/ou unidirecional, praça de exercício das vivências democráticas e porta-voz dos múltiplos interesses cidadãos. Desse modo, a comunicação do Legislativo, para realizar-se plenamente, necessita de uma relação íntima com a prática da cidadania. Os debates e as decisões do Legislativo são objetos de cobertura da mídia e de pressões advindas da sociedade civil, representada em suas múltiplas facetas em cada debate parlamentar. Sem essa representação e a conseqüente intervenção de amplas camadas e setores da sociedade, o regime democrático só se realiza institucionalmente, enquanto que o funcionamento dos seus mecanismos democráticos e a própria administração acabam entregues aos interesses economicamente mais fortes. (MATOS, 1999, p. 8).

Para Matos a comunicação do Legislativo tem duas principais funções: estar ligada à informação bruta e simples, e também estimular a formação de atitudes cidadãos, participativas e conscientes. Uma vez que esse órgão possui diversos aspectos que propiciam e normatizam sua função como agente promotor da democracia, concluímos que analisá-lo é uma boa forma de constatar como a Comunicação Pública e como a Democracia se relacionam no cotidiano.

Utilizaremos neste estudo de caso a Câmara dos Vereadores da cidade do Rio de Janeiro. Sendo a segunda maior metrópole brasileira, um dos principais centros econômicos, culturais e financeiros do país, além de ser uma das áreas mais populosas e desenvolvidas do Brasil, o Rio de Janeiro é também um local onde podem ser encontrados ambientes heterogêneos, com diferentes possibilidades de acesso à informação. Com esta análise esperamos traçar categorias que possam ser utilizadas nos diversos órgãos governamentais e encontrar resultados que sejam analisados não somente como uma realidade local, mas como tendências da Comunicação Pública em grandes cidades.

3.2 Categorias de análise dos meios de Comunicação Pública

Segundo os conceitos de democracia e de Comunicação Pública propostos neste trabalho, o contato do cidadão com as informações políticas deve ocorrer de forma consistente, duradoura e acessível, uma vez que dessa relação depende a capacidade dos indivíduos de articularem-se no campo político, de discutirem políticas públicas, de cumprirem seus deveres e de usufruírem de seus direitos. A comunicação das instituições governamentais, como a Câmara dos Vereadores, quando é limitada à publicidade e à divulgação nas quais predomina o viés do emissor, dificulta seriamente o exercício da cidadania.

A Constituição Federal de 1988, no artigo 37, estabelece que a publicidade deve ser um dos princípios da administração pública e que ela “deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social”. Desprende-se desse dado que o caráter meramente persuasivo da comunicação não condiz com o ideal constitucional. Outra deformação do ideal seria tratar o cidadão como um mero receptor, mantendo-o informado, porém sem que haja interações possíveis para que esse influa no que deseja saber ou para que esse possa expressar suas opiniões, que podem consistir em demandas, reclamações, ou exigência de seus direitos.

As formas de se realizar a Comunicação Pública podem ser muito variadas. Um fator que influi nas decisões sobre a área de comunicação são os temas aos quais as informações estão associadas. É útil, portanto, realizar uma breve classificação sobre as áreas de atuação no âmbito da Comunicação Pública, baseada naquelas desenvolvidas por Jorge Duarte (2006). Elas estão destacadas em nosso estudo de caso, uma vez que serão a base para a avaliação empírica. Seriam essas áreas:

- 1) ***Institucionais***: aquela que se refere às responsabilidades e ao funcionamento das organizações – como a estrutura, políticas, serviços, responsabilidades e funções dos agentes públicos, poderes, esferas governamentais, entes federativos, entidades, além dos direitos e deveres do cidadão. Basicamente, esclarece ao cidadão o que esperar, onde buscar e reclamar das ações governamentais.
- 2) ***De gestão***: está relacionada ao processo decisório e à ação dos agentes que atuam na promoção do interesse público. Ela envolve discursos, metas, intenções, motivações, prioridades e objetivos dos agentes para esclarecer e orientar o debate público. Enfim, esclarece assuntos ligados a acordos, ações políticas, prioridades, debates, execução de ações.
- 3) ***De utilidade pública***: alude ao cotidiano da população, frequentemente envolve serviços e orientações. Alguns exemplos são as informações e serviços sobre imposto de renda, campanhas de vacinação, sinalização e causas sociais.
- 4) ***De prestação de contas***: explica e esclarece as decisões políticas e a utilização dos recursos públicos. Tem como objetivo viabilizar o conhecimento, a avaliação e a fiscalização da ação de um governo.
- 5) ***De interesse privado***: se refere àquela que diz respeito unicamente ao cidadão, empresa ou instituição. Dados de imposto de renda e cadastros bancários são exemplos desta área.
- 6) ***Mercadológicos***: está relacionada a produtos e serviços que participam de concorrência no mercado.
- 7) ***Dados públicos***: são informações controladas pelo Estado mas que dizem respeito a toda a sociedade e a seu funcionamento, como normas legais, estatísticas, decisões judiciais, documentos históricos e legislação.

Para analisarmos quem elabora e a quem se destinam as mensagens da Comunicação Pública em um órgão governamental, consideramos que o emissor seja a instituição governamental e o conteúdo das mensagens refere-se aos temas de interesse coletivo supracitados. Em relação a quem recebe, Roberto Grandi (2002) nomeia três tipos de destinatários:

- 1. Cidadãos ou organizações:** quando é realizada uma comunicação externa direta;
- 2. Meios de comunicação de massa:** quando se busca atingir os cidadãos, as organizações ou os próprios funcionários públicos pelos veículos midiáticos;
- 3. Quem opera dentro das instituições públicas:** quando se propõe uma comunicação interna.

Para o relacionamento com esses públicos, Jorge Duarte demonstra que existe grande número de instrumentos de Comunicação Pública que possibilitam a ampliação das instâncias de troca de informações. O autor apresenta instrumentos básicos como pesquisas, políticas, planos, diretrizes, programas, manuais, normas, canais institucionais, operações e produtos; entretanto enfatiza que o mais importante é mapear os públicos de interesse, analisar o padrão de relacionamento com cada um deles e determinar objetivos e estratégias para só então definir os instrumentos que deverão ser utilizados. A partir das características, missão e interesses de cada ator público, considerando a conjuntura na qual está inserido, deve-se realizar uma adaptação dos meios de comunicação. Veremos a seguir, como a falta dessa análise prévia prejudicará estratégias de comunicação da Câmara e negligenciará públicos em potencial.

Duarte (2006) apresenta uma enumeração dos instrumentos de comunicação a serem utilizados, considerando uma distribuição por públicos, do ponto de vista de um governo, esses podem servir de base para analisarmos as possibilidades as quais a área de comunicação pode utilizar :

- 1. ambiente interno** (autoridades eleitas ou indicadas e seus funcionários, servidores públicos, terceirizados, cargos comissionados etc.): agentes multiplicadores, pesquisas, manuais, intranet, boletins eletrônicos, publicações institucionais, eventos, campanhas, quadros, murais, ouvidores, reuniões, serviços de atendimento, treinamento e capacitação, *design* ambiental, comunidades de informação;

2. **usuários de produtos e serviços:** pesquisas, internet, boletins eletrônicos, patrocínio, design ambiental, *banners*, quadros murais, publicidade, imprensa, malas diretas, folders, folhetos, cartazes, guias, 0800, atendimento telefônico/pessoal e visitas guiadas. Nesse item inclui-se todo o aparato de marketing sob gestão de empresas e órgãos estatais que participam da disputa no mercado de produtos e serviços;
3. **formadores de opinião:** auditorias de opinião, imprensa, relatórios, cartas, reuniões, eventos, internet, boletins eletrônicos, publicações institucionais, documentos, relatórios e lobby;
4. **atores sociais e políticos** (grupos de interesse e de pressão, ONGs, sindicatos, parlamentares, partidos etc.): pesquisas, imprensa, fóruns, lobby, teleconferências, listas de discussão, reuniões, mesas de negociação, grupos de trabalhos, eventos, câmaras técnicas, internet, conselhos setoriais, publicações institucionais;
5. **imprensa:** A imprensa, além de colaborar para a promoção da comunicação pública, é um ator privado. Assim, adota características de arena da comunicação pública, de ator social, de público dos interessados no debate e de instrumento destes públicos. Para qualificação do relacionamento e da exposição podem ser utilizadas entrevistas, *releases*, artigos, coletivas, sensoriamento de mídia, banco de dados, *media trainings*, salas de imprensa, guia de fontes, glossários, manuais e eventos dirigidos etc.;
6. **sociedade em geral:** pesquisas de opinião, publicidade, eventos, discursos, eventos simbólicos, plebiscitos, conselhos populares, audiências públicas, orçamento participativo, discursos, publicações, agentes multiplicadores, imprensa, consultas públicas, fóruns, campanhas, oficinas de mobilização social; rádios comunitárias, internet, teatro, governo eletrônico, conselhos gestores, centrais e serviços de atendimento ao cidadão, mutirões, ouvidorias, vídeos, filmes, sistema de alto-falantes, agentes sociais.

Frequentemente, em estudos sobre Comunicação Pública e Política, tende-se a subvalorizar a importância da comunicação interna, em relação aos contatos do governo com a sociedade. Essa dinâmica com o público interno, no entanto, é fundamental para as estratégias de comunicação externa e, além disso, enfatiza como a comunicação não pode ser

concebida como uma atividade independente e destacada da estrutura organizativa da instituição.

Os veículos desse tipo de comunicação devem fomentar a motivação do público interno e o seu conhecimento global da organização, assim como a comunhão de idéias e o estabelecimento de um diálogo que são fundamentais para que a instituição caminhe como um todo na busca de seus objetivos, no caso governamental, fundamentais para a sociedade uma vez que é por intermédio do governo que se torna possível a decisão e a ação coletiva. Essas funções também evitam conflitos internos, que podem gerar crises. Os profissionais encarregados da comunicação interna devem estar voltados para acontecimentos que se passam dentro e fora da organização. Trazer esses últimos para a discussão interna pode se transformar em exercícios de cidadania e ajudar a melhor compreensão da conjuntura na qual estão inseridos. Neste trabalho, portanto, tentaremos voltar-nos tanto para a comunicação externa quanto para as questões internas.

David Osborne (1995) afirma que as principais falhas nas instituições públicas estão relacionadas aos meios e não aos objetivos delas, pois, segundo o autor, existe um sistema arcaico que incentiva a acomodação e a rotina, perpetuando os desafios que derivam das rápidas transformações do conhecimento e da informação. Uma forma de prevenir futuras insatisfações de um amplo público consiste na realização de um planejamento estratégico, pelo qual é possível examinar uma situação atual e a trajetória futura de uma organização ou comunidade; e outra maneira seria a prestação de contas à sociedade das ações realizadas.

Para estabelecer relações que promovam o interesse público, os instrumentos de Comunicação Pública devem, preferencialmente, ser elaborados com visão global, papel estratégico, planejamento, ação integrada e transparente e visão de longo prazo. Cabe aos agentes públicos, em particular aos profissionais de comunicação, encontrar as maneiras adequadas de fazer a informação circular e chegar aos interessados. Quanto maior a variedade, a especificidade e a facilidade de acesso e de uso dos instrumentos de Comunicação Pública pelos diferentes interessados, mais fortalecida estará a cidadania (DUARTE, 2006), logo essas características devem ser incluídas em nossa avaliação.

Verificaremos, então, quais desses instrumentos são usados na comunicação da Câmara de Vereadores do Rio de Janeiro, destinados a quais públicos e com quais conteúdos. Analisando cada veículo de comunicação, tentaremos explicitar a que público se destina cada área de atuação e qual seria sua graduação em relação a quatro eixos, propostos por Duarte (2006) que indicariam pré-requisitos para a ação dos agentes e instituições que lidam com a comunicação de interesse público. São eles:

a) **transparência:** relacionado ao compromisso com a atuação responsável em questões públicas, incluindo a oferta de informações, o estímulo ao acesso, a facilitação da fiscalização e a prestação de contas. Envolveria também a defesa e a incorporação de valores éticos por todos os agentes públicos envolvidos;

b) **acesso:** refere-se à facilidade dos indivíduos de obter informações políticas, também aos estímulos e orientações para buscá-las, para dar sua opinião, para fiscalizar e influir na gestão daquilo que é público. Segundo o autor, a informação de interesse público deve despertar a atenção, ser interpretada e apropriada pelo interessado para seus próprios interesses, para que seja útil para a reflexão e para a ação. Seria um atendimento adequado às necessidades de cada segmento de público, como linguagem adaptada, *layouts* específicos, diversidade de formatos, mídias, fluxos, horários e processos que permitam a interação adequada;

c) **interação:** constitui-se na criação, manutenção e fortalecimento de instrumentos de comunicação que viabilizem fluxos bi ou multilaterais, por meio dos quais possam existir um diálogo equilibrado, simétrico, em que todos os envolvidos tenham igual direito e oportunidade de falar e ser ouvidos, viabilizando a compreensão, a cooperação, a participação e a crítica;

d) **ouvidoria social:** neste eixo, parte-se do pressuposto que o interesse em conhecer e compreender a opinião pública e os diversos segmentos que a compõem é pré-requisito para o atendimento às expectativas da sociedade. Por isso, devem-se adotar diferentes formas de pesquisa como referência para compreender motivações, interesses, propostas e critérios de satisfação e assumir o compromisso de considerá-los nas tomadas de decisão. Por compreender que as pesquisas de opinião são as principais formas de aferir dados relativos a esse eixo, trabalharemos com o título “Pesquisas de Opinião” no lugar de ouvidoria social, para restringirmos nossa análise a instrumentos objetivos.

Dessa forma, cada instrumento será avaliando em suas diferentes áreas de atuação, para descobrir seu público e medir o grau de incidência de cada eixo mencionado anteriormente. Para avaliar cada um dos eixos, será atribuída uma nota entre 0 (zero) e 2 (dois) de acordo com a análise de itens de caráter objetivo. Ao final, para podermos padronizar a gradação da incidência dos eixos, usaremos a porcentagem de incidência sobre o total possível nesse eixo. Busca-se, com esse processo, investigar como os conceitos de Comunicação Pública estão sendo empregados no cotidiano da política carioca.

A forma de avaliação dos eixos e a classificação geral de cada instrumento de comunicação serão resumidas segundo as seguintes tabelas:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo e atualizado	incompleto e desatualizado	inexistente
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	inexistente
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minoria	nenhum
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minoria	nenhuma
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	nenhum

INTERAÇÃO

Tópicos – Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0
Oportunidade de fala	muitos	poucos	nenhum
Recebimento de respostas	todas ou predominante	minoria	nenhuma
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minoria	nenhuma

PESQUISAS DE OPINIÃO

Tópicos – Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0
Sobre motivações sociais	Intervalo de meses	Intervalo de anos	nenhuma
Sobre interesses sociais	Intervalo de meses	Intervalo de anos	nenhuma
Sobre propostas sociais	Intervalo de meses	Intervalo de anos	nenhuma
Sobre satisfação social	Intervalo de meses	Intervalo de anos	nenhuma

Instrumento	Eixo	Tema	Público	Incidência
Site	Transparência	Institucional	*	0% a 100%
		Gestão		
		Utilidade Pública		
		Prestação de Contas		
		Interesse Privado		
		Mercadológico		
		Dados Públicos		
	Acesso	Institucional	*	0% a 100%
		Gestão		
		Utilidade Pública		
		Prestação de Contas		
		Interesse Privado		
		Mercadológico		
		Dados Públicos		
	Interação	Institucional	*	0% a 100%
		Gestão		
		Utilidade Pública		
		Prestação de Contas		
		Interesse Privado		
		Mercadológico		
		Dados Públicos		
	Pesquisas de Opinião	Institucional	*	0% a 100%
		Gestão		
		Utilidade Pública		
		Prestação de Contas		
		Interesse Privado		
		Mercadológico		
		Dados Públicos		

* Podem ser cidadãos ou organizações; meios de comunicação de massa; outros meios; e/ou público interno.

Como cada meio de comunicação possui sua lógica específica relacionada a formatos, capacidade de atualização e de armazenamento, os quesitos relacionados à atualidade e à abrangência temporal na análise respeitarão a capacidade física de cada meio de ser atualizado ou de conter um banco de dados. Para a avaliação dos quesitos transparência e acesso, será realizada uma observação direta dos meios, com a atribuição de critérios objetivos de quantificação. Como forma de avaliar a interação e as pesquisas de opinião, serão realizadas entrevistas com questionário aberto, de caráter qualitativo, com os funcionários da área de comunicação social da Câmara de Vereadores da cidade do Rio de Janeiro e também testes realizados pela pesquisadora. Por meio dessas, analisaremos os itens de cada tópico.

3.3 Levantamento e análise de dados sobre os veículos da Câmara

3.3.1 A Câmara Municipal do Rio de Janeiro

Primeiramente, tracemos um breve histórico sobre a Câmara Municipal do Rio de Janeiro. Essa instituição foi fundada em 1565, e era formada, nessa época, apenas por um Procurador e um Juiz ordinário. Após dois anos, ocorreu a primeira eleição para a Câmara: seriam eleitos doze vereadores com mandato de um ano, além disso, o presidente da Casa acumularia as funções dos atuais prefeitos municipais.

Essa estrutura permaneceu até o momento em que houve a criação do cargo de Intendente, logo após a Proclamação da República, o que separou o Poder Executivo do Legislativo nos municípios. Em 1937, juntamente com todas as câmaras municipais brasileiras, foi fechada por Getúlio Vargas durante o período do Estado Novo e somente reaberta em 1946. Foi então transformada em Assembléia Legislativa em 1960, quando a capital federal foi transferida para a cidade de Brasília e foi criado o Estado da Guanabara.

Quando houve a fusão do Estado da Guanabara com o do Rio de Janeiro, em 1975, A Assembléia Legislativa foi então transferida para o Palácio Tiradentes, na Praça XV, e, finalmente, em 1977, o Palácio Pedro Ernesto passou a abrigar a Câmara Municipal, com vereadores eleitos na cidade que passou a ser Capital do novo Estado do Rio de Janeiro.

Atualmente, a CMRJ tem cinquenta e um vereadores, eleitos a cada quatro anos - sua última eleição foi realizada em 2008 – e está localizada no Centro do Rio de Janeiro.

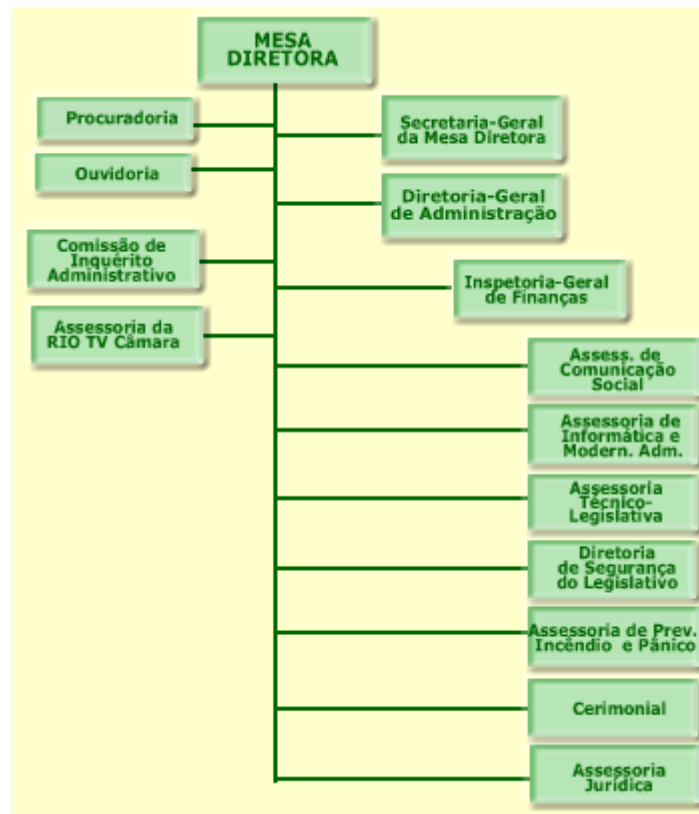
Esse passado marcante demonstra a consolidação institucional da Câmara carioca e a existência de uma identidade histórica. Graças a esses fatos podemos concluir que a estrutura da Casa não é instável ou provisória, e que existe certa solidez na atual organização dos setores e das atividades. Verificaremos, então, se essa estabilidade significa um ambiente propício às ações da área de comunicação.

3.3.2 A Assessoria de Comunicação Social da Câmara Municipal

A Assessoria de Comunicação Social (Ascom) da Câmara funciona de segunda a sexta-feira, tem seu expediente iniciando às oito horas da manhã, porém o término de suas atividades depende da finalização de todos os eventos da Casa. Ela conta, atualmente, com dezesseis funcionários, sendo treze servidores públicos – destes cinco jornalistas, um profissional de Relações Públicas e os demais da área administrativa – e três estagiários da área de comunicação, os quais são contratados anualmente. Há quase trinta anos não ocorre um concurso para o ingresso na Câmara, sendo então todos os funcionários antigos na Casa, porém não necessariamente pertencentes à Ascom, uma vez que os servidores são deslocados de posto frequentemente dentro da Câmara.

A Ascom está diretamente subordinada à presidência da Câmara, presente na Mesa Diretora. A Assessoria é responsável por divulgar a ação dos parlamentares do município - projetos de lei, votações, audiências públicas e as ações das comissões permanentes, especiais e comissões parlamentares de inquérito (CPIs) - e pelo atendimento à imprensa. As atividades relacionadas com as Relações Públicas da Câmara, como receber visitantes e realizar eventos, assim como a produção e a exibição do canal da TV Câmara não estão ligadas à Assessoria de Comunicação. Embora se assemelhem a funções da área, essas atividades são realizadas por setores independentes da Ascom, o Cerimonial e a Assessoria da RIO TV Câmara, respectivamente.

Observando o organograma da instituição, a seguir, podemos compreender melhor essa independência hierárquica. Além disso, podemos perceber a grande autonomia que existe entre as diferentes áreas que realizam atividades de comunicação, uma vez que tanto a Ascom, quanto o Cerimonial e a Assessoria da RIO TV Câmara estão subordinados diretamente e somente à Mesa Diretora. Essa separação ficará clara nos meios que analisaremos.



Os meios de comunicação cuja elaboração pertence às atribuições da Assessoria incluem a capa e a contracapa do Diário Oficial do Legislativo Municipal, o site da instituição, um newsletter informativo e o twitter da Câmara. A Assessoria alega que a Câmara Municipal do Rio foi a primeira em todo o Brasil a colocar na internet uma página institucional, no ano de 1995. Segundo a assessora-chefe Anette Silva, todos esses meios são voltados para os cidadãos, não havendo nenhuma forma estabelecida de Comunicação Interna.

Voltemos-nos, então, para a análise de cada um desses meios, iniciando com aquele de maior conteúdo e complexidade: o site da Câmara de Vereadores do Rio de Janeiro.

3.3.3 O site da Câmara Municipal

O site oficial da Câmara está disponível na internet desde 1995, mas seu formato durante o período desta pesquisa data do ano 2000 (figura 1). O modelo analisado foi o que se encontrava disponível durante todo o ano de 2010 no endereço eletrônico <http://www.camara.rj.gov.br>.

Câmara Rio
Câmara Municipal do Rio de Janeiro
Praça Floriano, s/nº - Tel.: (21)3814-2121 Email: ascom@camara.rj.gov.br
A CMRJ está conectada através da Rede Rio

Histórico | Atividade Parlamentar | Notícias | Vereadores | Consultas | Setores

Comissões
Temporárias e Permanentes

Defesa do Consumidor
Site da Comissão
Notícias

Direitos da Criança e do Adolescente
Site da comissão

Educação e Cultura
Telefone para contato:
0800 282 1994

Ouvvidoria da Câmara Rio

Fale com o Ouvvidor
Clique aqui

Você pode participar do legislativo!
Envie sugestões de leis: [Clique aqui](#)

Acesso Restrito aos Servidores:

Correio Eletrônico
Acesso ao Correio CMRJ

EAD

Câmara Rio
CLIPPING DE NOTÍCIAS

Vereadores atuais

Mesa Diretora

Câmara Rio
Transparência
Portal Transparência CMRJ

História e funcionamento do Legislativo carioca

Moções

Medalha Pedro Ernesto

Notícias
Câmara Rio Notícias

DCM
capa
contracapa

Rio TV Câmara

Agenda
Eventos na CMRJ

Publicações
Boletim e Revista da Procuradoria

Câmara Rio Notícias no Twitter

Câmara Rio
camarario

Câmara aprova agora, com 36 votos a favor e quatro contra, PL do Executivo que reduz o ISS das empresas de ônibus
3 dias ago

Comissão Especial analisa explosão de bueiros
[http://ajl.camara.rj.gov/...](http://ajl.camara.rj.gov.br/)
3 dias ago

Novas vagas na Procuradoria do Município
[http://ajl.camara.rj.gov/...](http://ajl.camara.rj.gov.br/)
3 dias ago

Ordem do Dia de 21 a 23 de setembro
[http://ajl.camara.rj.gov/...](http://ajl.camara.rj.gov.br/)
3 dias ago

twitter Join the conversation

BUSCA - Projetos até 2008

BUSCA - 2009 - 2012
Projetos de: Emenda à Lei Orgânica, Lei Complementar, Lei, Decreto Legislativo, Resolução, e Requerimentos, Indicações Mensagens, Moções e Ofícios.

Ordem do Dia

Projeto de Lei - Plano Plurianual -2010/2013

Leis municipais

Legislação específica

Produção Legislativa

rio2016
No Plano Diretor

Site do Plano Diretor:
Plano Diretor
site do Plano na intranet
email: comissaplanodiretor@camara.rj.gov.br

Busca Google neste site:
busca

Estatísticas de acesso ao site

Figura 1

3.3.3.1 Estrutura

A página principal do site – o portal de entrada do navegador – é majoritariamente composta de elementos da linguagem escrita, com poucas imagens. Em seu canto superior direito apresenta o endereço da Câmara e o telefone e e-mail da Assessoria de Comunicação. Na parte superior, apresenta uma barra de navegação na horizontal e, logo abaixo dessa, existem quatro colunas – mal delimitadas pelo espaço entre elas – nas quais aparecem títulos e imagens que remetem o navegador a diferentes partes do site ou a links de outros sites relacionados com a Câmara.

Não existe um mapa do site, mas avaliando sua estrutura podemos chegar ao modelo abaixo:

Barra de Navegação

Por meio da barra de navegação (Figura 2) podemos encontrar os seguintes itens e subitens que especificaremos a seguir:



Figura 2

- Histórico:

* *Acervo do Palácio:* Expõe, por meio de um texto leve e algumas imagens, a arquitetura artística e histórica do Palácio Pedro Ernesto, estimulando visitas ao local.

* *História da Câmara:* Relata o surgimento e evolução do Legislativo no Rio de Janeiro durante o período colonial, imperial e republicano do Brasil.

* *Vereadores Históricos:* Destaca alguns ex-parlamentares importantes e apresenta links que remetem às suas biografias.

- Atividade Parlamentar:

* *Ordem do Dia:* Contém os conteúdos das discussões parlamentares de todas as sessões legislativas do ano.

* *Funcionamento do Plenário*: Explica os métodos de votação no processo deliberativo da Câmara.

* *O que é um Projeto*: Esclarece com um texto breve e simples quais são os diferentes tipos de projetos da Casa, e quais os seus processos de tramitação.

* *Outras proposições*: Aborda os conceitos de indicação, requerimento de informação e moção – que são recursos também utilizados pelos vereadores.

- Notícias:

* *Notícias da Câmara*: Possui links de notícias sobre a atividade da Câmara das últimas duas semanas, mais algumas anteriores de maior destaque, e um mecanismo de busca dessas notícias. Ao lado esquerdo, há uma coluna com as seguintes opções:

- **Agenda: Programação da semana** – Remete à programação que é exibida também em Notícias > Agenda
- **Projetos e Leis: Leis municipais, Ordem do Dia, Busca por projeto, Legislação** – Levam às páginas no site onde essas leis podem ser encontradas.
- **Disque: Denúncias e sugestões** - Não funciona.
- **Fique por dentro: Leis Orçamentárias Anuais, Leis de Diretrizes Orçamentárias, Plano Plurianual, Plano Diretor da Cidade** - Esses links levam às quatro páginas sobre os assuntos elencados que também estão presentes sob os títulos Consulta > Legislação Específica
- **Medalha Pedro Ernesto**: Busca - Consulta aos homenageados com essa medalha.
- **Moções**: Busca - Consulta aos homenageados com Moções
- **ABC do Legislativo: Glossário do Legislativo** – Direciona para o glossário de palavras mais utilizadas no poder legislativo do site da Câmara. **Glossário Eleitoral** – Remete a um site elaborado pelo Tribunal Superior Eleitoral de um glossário eleitoral brasileiro.
- **Acervo: Conheça o acervo da Casa** – atalho para Histórico > Acervo do Palácio
- **História: História da Câmara, Ilustres vereadores históricos** – Direciona às páginas sobre os respectivos assuntos encontrados na barra de navegação sob o título Histórico.
- **Links úteis: Sites de outras instituições** – Semelhante a Consultas > Links: Outras instituições

**Agenda*: Lista de eventos que ocorrerão na Câmara nas próximas duas semanas, com a data, local e horários específicos, além do vereador que a propôs.

-Vereadores:

* *Telefones e emails*: Nessa página (Figura 3), além do telefone geral da Câmara, existe um perfil dos vereadores. A princípio pode ser visualizada uma tabela com a foto de cada vereador, o nome pelo qual ele é conhecido, seu partido, sua sala, seu e-mail institucional, os ramais de seu gabinete e o número de seu fax.

Telefone geral: (21) 3814-2121





FOTO	VEREADOR	PARTIDO	SALA	EMAIL	RAMAIS	FAX
	Adilson Pires	PT	Anexo 503	adilsonpires@camara.rj.gov.br	2026 a 2029	
	Alexandre Cerruti	DEM	Anexo 1006	cerruti@camara.rj.gov.br	2086/2087/2925/2365	3814-2161
	Alfredo Sirkis	PV	Anexo 401	sirkis@camara.rj.gov.br	2030/2045 /2046/2047/2073	2220-6683
	Aloisio Freitas	DEM	Anexo 403	afreitas@camara.rj.gov.br	2022 a 2025	2262-0381

Figura 3

Com um clique sobre o nome do vereador, o navegador é remetido à outra página (Figura 4), com a mesma foto, porém ampliada. Acima dela está o partido do vereador (que às vezes é um link para o site do partido) e ao lado está uma pequena apresentação e mais quatro links :

- Página da Internet: Site pessoal do vereador, independente do da Câmara
- Perfil: Um breve histórico do candidato
- Gabinete Aberto: Ressalta algumas realizações do vereador durante seu mandato
- Correio Eletrônico: remete à ferramenta de envio de e-mail do computador do usuário, constando no destinatário o e-mail institucional do vereador.

Nem todos os vereadores têm esses quatro links em funcionamento, ficando em vermelho os links em funcionamento e os outros em preto, segundo o exemplo abaixo:

The image shows a website interface for 'vereadores' (council members). At the top right is the 'cmrj' logo. Below it is a navigation bar with links: 'Câmara Rio home page', 'Notícias', 'Email' (highlighted in orange), and 'Conheça a Câmara'. A second row of links includes 'Vereadores', 'Comissões', 'Legislação', and 'Busca'. The main content area features a blue header with the name 'Alexandre Cerruti' and the political party '(DEM)' in red. To the right is a portrait of Alexandre Cerruti. Below the name are four links: 'Página na internet', 'Perfil' (underlined in red), 'Gabinete aberto' (underlined in red), and 'Correio Eletrônico'.

Figura 4

* *Mesa Diretora*: Apresenta uma tabela com a foto, o nome e o cargo dos vereadores que fazem parte da Mesa Diretora da Câmara: o Presidente, o 1º e 2º Vice-Presidente, o 1º e 2º Secretário, e o 1º e 2º Suplente.

* *Comissões*: Explicação, em pequenos textos, das funções das Comissões Temporárias e das Permanentes. Existem links que remetem a uma página com a listagem das Comissões. A partir desta, é possível clicar no nome das Comissões para ir a outra página com os nomes dos componentes e os objetivos delas.

* *Discursos e Votações*: Exibe as transcrições dos discursos e votações que ocorrem no plenário municipal desde junho de 2010. Esses textos podem ser classificados por data, por vereador que propõe o projeto ou realiza o discurso, ou por assunto. Há também uma ferramenta de busca exclusiva dessa área.

- Consultas:

* *Leis Municipais*: Permite a consulta de Leis Ordinárias, Emendas à Lei Orgânica, Leis Complementares, Decretos Legislativos e Resoluções estabelecidos após novembro de 1990. Podem ser ordenados por número, ano, autor ou assunto. Neste item também há uma ferramenta de busca exclusiva da área.

* *Legislação Específica*: Apresenta tópicos de leis de maior relevância como a Lei de Responsabilidade Fiscal, Leis Orçamentárias Anuais, Lei de Diretrizes Orçamentárias, Regimento Interno, Planos Plurianuais, Leis Orgânicas, Plano Diretor da Cidade e Decreto da Estrutura do CMRJ. Todos esses remetem a arquivos contidos no site da Câmara, com exceção da Lei de Responsabilidade Fiscal, cujo link leva ao site do Interlegis (banco de dados do Poder Legislativo). Há também os endereços eletrônicos de algumas instituições governamentais: Assembléia Legislativa (ALERJ), Secretaria de Estado de Fazenda e Controle Geral (SEFCON), Secretaria Municipal de Administração (SMA), Associação dos Fiscais de Atividades Econômicas do Município do Rio de Janeiro (AFAERJ), Interlegis, Conselho Nacional de Política Fazendária (CONFAZ) e Presidência da República (PR).

Abaixo dessa coluna, há outra com o título: “Veja Também”, na qual estão alguns tópicos relacionados a mudanças recentes nas Legislações que estão acima, e no final, um link que remete ao arquivo de “ordem do dia” de todo o ano atual.

* *Glossário*: Apresenta um glossário com termos mais utilizados no Legislativo.

* *Links: outras Instituições*:

Contém uma listagem de links úteis separados por tópicos:

- Lei de Responsabilidade Fiscal : site Interlegis:
- Município do Rio de Janeiro: sites da Prefeitura da Cidade, Biblioteca Virtual da Secretaria Municipal de Administração, Diário Oficial do Município, Tribunal de Contas do Município e Previ-Rio.
- Estado do Rio de Janeiro: sites do Portal do Governo do Estado, Assembléia Legislativa do Estado, Tribunal Regional Eleitoral do Estado e Intercâmaras - Comunidade Virtual do Legislativo no Estado do Rio de Janeiro.
- Outros municípios do Estado do Rio de Janeiro: sites do Portal do Governo do Estado do Rio de Janeiro.
- Brasil: Site do Interlegis - Comunidade Virtual do Legislativo, Câmara Federal, Senado Federal, Links disponibilizados pelo Senado Federal (não funciona), Tribunal Superior Eleitoral do Brasil, Partidos políticos e Portal Ajuda Brasil.

- Setores:

* *Assessoria de Informática*

* *Biblioteca*

* *Comunicação Social*

* *Ouvidoria*

* *Procuradoria*

Em cada um dos itens acima, são apresentadas as funções de cada setor, assim como o nome dos principais responsáveis, horário de funcionamento e contatos (telefones e e-mails), com exceção da Biblioteca, que somente descreve suas funções sem apresentar qualquer referência a contatos e horários.

Atalhos

Além dessas possibilidades presentes na barra de navegação, as quatro colunas de textos e de figuras no centro da página misturam atalhos para páginas já presentes nos itens da barra de navegação com links para novas páginas – internas ou externas ao site da Câmara. Esses podem demonstrar quais informações a Ascom considera de maior importância, ou de interesse de seu público, uma vez que merecem destaque no site.

Os links para páginas que também podem ser acessadas pelo menu principal deve-se à importância das informações e/ou às dificuldades de encontrar esses dados pelo menu, pois para chegar a alguns deles é preciso passar por até cinco tópicos antes.

Podemos organizá-los por meio da seguinte tabela:

Link	Acesso pela barra de navegação
Comissões: Temporárias e Permanentes	Vereadores > Comissões
Defesa do Consumidor * Site da Comissão	Vereadores > Comissões > Comissões Permanentes > Municipal de Defesa do Consumidor > Site da Comissão
* Notícias	Vereadores > Comissões > Comissões Permanentes > Municipal de Defesa do Consumidor > Site da Comissão > Notícias
Educação e Cultura: Telefone para contato: 0800 282 1994	Vereadores > Comissões > Comissões Permanentes > Educação e Cultura.

Ouvidoria da Câmara Rio	Setores > Ouvidoria
Fale com a Ouvidoria	Setores > Ouvidoria > Fale com a Ouvidoria
Vereadores atuais	Vereadores > Telefones e emails
Mesa Diretora	Vereadores > Mesa Diretora
Moções	Notícias > Notícias da Câmara > Moções - Busca
Medalha Pedro Ernesto	Notícias > Notícias da Câmara > Medalha Pedro Ernesto - Busca
Notícias	Notícias > Notícias da Câmara
Câmara Rio Notícias	Notícias > Notícias da Câmara
Agenda: * Eventos na CMRJ	Notícias > Agenda
Publicações * Boletim e Revista da Procuradoria	Parte inferior da página Setores > Procuradoria
Ordem do Dia	Atividade Parlamentar > Ordem do Dia
Projeto de Lei Orçamentária - LOA - 2011	Consultas > Legislação Específica > Leis Orçamentárias Anuais.
Projeto de Lei - Plano Plurianual -2010/2013	Consultas > Legislação Específica > Planos Plurianuais.
Leis Municipais	Consultas > Leis Municipais
Legislação Específica	Consultas > Legislação Específica
Rio 2016 no Plano Diretor	Consulta > Leis Específicas > Site do Plano Diretor > Rio 2016
Site do Plano Diretor	Consulta > Leis Específicas > Site do Plano Diretor

Os atalhos que remetem a novas páginas ou sites que estão ligados ao site da Câmara demonstram desorganização na estrutura desse instrumento, principalmente pela grande relevância das informações que podem ser acessadas por meio desses links. Eles também refletem a grande independência de outras assessorias que produzem meios de comunicação como, por exemplo, o Portal da Transparência elaborado pela Assessoria de Informática e Modernização Administrativa, e o Rio TV Câmara, produzido pela assessoria homônima. Ambos com parceria diretamente com a Mesa Diretora da Câmara. Esses atalhos consistem nos seguintes itens:

- Direitos da Criança e do Adolescente

*** Site da comissão**

Direciona a um site sobre os Direitos da Criança e do Adolescente, cujo endereço, entretanto, não é encontrado em Vereadores > Comissões > Comissões Permanentes > Direitos da Criança e do Adolescente, como ocorre no site da Comissão de Defesa do Consumidor. Tenta-se, então, consertar um erro estrutural do site da Câmara indicando para um site externo que não está na seção correta.

- Você pode participar do legislativo! Envie sugestões de leis: Clique aqui

Apresenta um formulário de cadastro e para “sugestões populares”.

- Acesso Restrito aos Servidores:

Essa área somente pode ser acessada por meio de senhas, essas são exclusivas dos servidores da Câmara. Para realizar este trabalho, a assessora Anette permitiu que a pesquisadora visualizasse essas áreas, em sua presença, após essa servidora inserir sua senha de acesso secreta no sistema.

* *Clique aqui: Sistema de envio de notícias:* Permite às Comissões Parlamentares e à Assessoria de Comunicação enviar notícias para a própria Ascom ou para a atualização no site.

* *Acesso ao Correio CMRJ:* Para os servidores verificarem seus e-mails institucionais quando não estão na Câmara municipal.

* *EAD: Ensino à Distância:* Cursos à distância para os servidores

* *Clipping de Notícias:* Apresenta arquivos com notícias da imprensa sobre a Câmara dos vereadores ou sobre assuntos relacionados a ela. Essa seção poderia ser de interesse de toda a população, entretanto, como apresenta notícias positivas e negativas, elas, preferencialmente não são exibidas para todos, como uma forma de manter a boa imagem da instituição.

- Portal Transparência CMRJ

Ao clicar na logomarca ou na frase “Portal Transparência CMRJ”, o navegador é direcionado a um site com o formato totalmente diferente do da Câmara - que não pode ser acessado pelo menu de navegação - o qual é elaborado pela Assessoria de Informática e Modernização Administrativa em parceria com a Mesa Diretora. Neste site podem ser encontradas informações sobre os direitos e deveres dos vereadores, as funções e a estrutura

da Câmara Municipal, dados quantitativos sobre a atuação parlamentar dos vereadores, sobre os recursos humanos da instituição e sobre sua execução orçamentária e financeira. Há também os e-mails e telefones da área de ouvidoria, da Assessoria de Comunicação Social e da Assessoria de Informática e Modernização Administrativa.

- História e funcionamento do Legislativo carioca

Neste item, não surgem novas páginas, mas seria uma nova forma de agrupá-las.

Após acessar a este link surgem duas colunas de novos links:

A coluna da esquerda se refere à História e Arte, e são atalhos para as páginas que podem ser acessadas na Barra de navegação no título “Histórico”.

Na coluna da direita, há opções para direcionamento às páginas que explicam o funcionamento da instituição. Essas estariam também na opção “Atividade Parlamentar” em Funcionamento do Plenário, O que é um Projeto, Outras Proposições e em “Consultas”, no subitem Glossário.

- DCM: capa e contracapa

Reprodução da capa e da contracapa do último Diário Oficial publicado.

- Rio TV Câmara

Apresenta uma nova página com os contatos e a programação da Rio TV Câmara.

- Rio TV Câmara: Conheça Nossa Programação

Além dos contatos e de uma breve definição dos objetivos e da programação da Rio TV Câmara, exhibe vídeos de alguns programas exibidos pelo canal.

- Câmara Rio Notícias no Twitter

Link de acesso ao Twitter “camarario”, elaborado e atualizado pela Ascom.

- BUSCA - Projetos até 2008

Esse título remete ao Sistema do Processamento do Legislativo, por meio do qual é possível buscar projetos, documentos de 1977 a 2009 (mais atualizado do que o título aparenta) com as opções de utilizar diversos filtros. Há também a possibilidade de pesquisar a outorga de medalhas pelos seus autores.

- BUSCA - 2009 – 2012: Projetos de: Emenda à Lei Orgânica, Lei Complementar, Lei, Decreto Legislativo, Resolução, e Requerimentos, Indicações Mensagens, Moções e Ofícios.

Consiste numa página de busca dos documentos referidos no título

- Produção Legislativa

Permite o acesso a Relatórios da Produção Legislativa anuais, a partir de 2005.

- Email: comissaoplanodiretor@camara.rj.gov.br

Programa de envio de e-mail para a Comissão do Plano Diretor.

- Busca Google neste site

Meio de busca em todo o site por meio de palavras-chaves.

- Estatísticas de acesso ao site

Exibe gráficos e tabelas com número de visitas ao site da Câmara - especificando o número de páginas, arquivos e Kbytes das visitas – apresentando os tópicos e as datas em inglês. Abrange o período de junho de 2007 a junho de 2008.

Essa estrutura servirá de base para as afirmações que serão realizadas ao longo da análise do site da Câmara Municipal do Rio de Janeiro.

3.3.3.2 Análise

Primeiramente, após definirmos o instrumento – o site – buscamos estabelecer quais das áreas de atuação anteriormente escolhidas para a análise são abordados em seu conteúdo. Os dados foram obtidos por meio da observação direta da autora e por entrevista com a Assessora-Chefe da Assessoria de Comunicação Social da Câmara, Anette Silva. Seguindo essas fontes podemos considerar que o Site Oficial da Câmara dos Vereadores do Rio de Janeiro aborda quatro áreas de atuação: Institucionais, Gestão, Prestação de Contas e Dados Públicos; logo, não abrange as áreas de Utilidade Pública, de Interesse Privado e Mercadológicas. Os eixos que analisaremos nessas área, conforme em proposta teórica

supracitada, seriam a transparência, o acesso, a interação e a Pesquisa de Opinião, como essa última não é realizada pela Ascom, não será considerada. Passemos então a avaliar quais são os públicos e qual a incidência dos eixos de pesquisa em relação a cada uma dessas áreas de atuação.

1) TRANSPARÊNCIA

Para a análise deste eixo, observaremos algumas características que levariam a uma comunicação transparente, tais como o modo que as informações são atualizadas e dispostas, e como são expostos dados sobre os representantes e sobre prestação de contas.

a) Área Institucional

Nesta área, analisamos o conteúdo relacionado com informações sobre as responsabilidades e o funcionamento da organização. O público-alvo, no caso, identifica-se com todos os cidadãos. Essa afirmativa é confirmada tanto pelo depoimento da assessora-chefe da Ascom, como pela observação linguagem da e do formato das diversas formas de explicação sobre a estrutura e funções da Câmara.

O site é atualizado diariamente durante os dias da semana, entretanto, essa atualização refere-se basicamente à área de notícias, as quais não estariam enquadradas no tema aqui analisado. Em relação ao funcionamento e à estrutura da Câmara, as informações exibidas praticamente não mudaram desde a reformulação do site no ano 2000. Entretanto, essa desatualização é relativa, uma vez que todas as informações ainda correspondem à realidade atual. Outro aspecto positivo seria a atualidade dos contatos telefônicos e virtuais dos diversos setores da Câmara, assim como das Comissões existentes. Podemos considerar, então, que as informações institucionais são eventualmente atualizadas.

Considerando a disposição das informações, observa-se que o conteúdo relacionado às atividades básicas da Câmara é encontrado em quase sua totalidade por meio dos tópicos e subtópicos da barra de ferramentas. A estrutura completa da Câmara, contudo, não é encontrada com facilidade no site, mas é acessada por um link em destaque na parte central da página principal que direciona ao site “Câmara Rio Transparência”, no qual essa informação está contida. Outro fator que dificulta o acesso a informações seria o excesso de cliques necessários para encontrar um assunto. Os atalhos, na parte central do site, muitas vezes ainda mantêm a complexidade da tarefa. Por exemplo, para que o navegador saiba da História mais

recente do Poder Legislativo Municipal é preciso que ele clique na barra de navegação em “Histórico”, “História da Câmara” e “República”. Caso essa pessoa decida usar o atalho “História e Funcionamento do Legislativo Carioca”, ela precisará clicar ainda em “História da Câmara” e “República”.

Existe dispersão de informações ainda quando se constata que entre os atalhos para as informações mais importantes dentro do site da Câmara, há links que remetem o navegador a sites diferentes, embora inseridos no site da instituição, como ocorre com o Portal da Transparência CMRJ, o site do Plano Diretor e o link aos Projetos para Rio 2016 que faz parte do conteúdo do site do Plano Diretor. Isso pode prejudicar o acesso dos cidadãos caso os sites aos quais esses links remetem sejam corrompidos de alguma forma. Outro fator de dificuldade é a mudança da interface desses sites, que têm sua estrutura bastante diferenciada em relação ao site da Câmara.

Além disso, há links que são encontrados exclusivamente na parte “Notícias”, embora não estejam diretamente relacionados ao assunto, como o acesso ao Glossário Eleitoral do site do TSE, e à página para sugestões e denúncias (embora esta não funcione). Apesar dessas dificuldades, a maioria das informações pode ser encontrada por um indivíduo interessado, que conta também com um mecanismo de busca, porém uma melhor organização e a presença de um mapa do site poderiam torná-las menos dispersas.

A página relativa aos vereadores, que apresenta a foto e os contatos de cada um, seria um canal de acesso até quatro tipos de informações adicionais: página na internet, perfil, gabinete aberto e correio eletrônico. Porém, percebe-se que nem todos apresentam sites pessoais. Os textos dos perfis dos vereadores – principal forma de informação individual do representante - não são atualizados com frequência, sendo essa ação realizada somente no início de cada mandato e a atualidade e extensão dessas informações depende dos assessores de cada gabinete, que são os responsáveis pela elaboração desse texto. Apenas quatorze de cinquenta e um vereadores apresentam informações sobre seu gabinete na página “gabinete aberto”. No correio eletrônico, é apenas aberta uma janela de envio de e-mail para o endereço institucional do vereador, mas muitas vezes também não funciona. Dois vereadores adicionaram um link para seus blogs, um para seu Orkut, um para um site com seus projetos e outro para site com suas votações no Plenário.

Outra característica importante da atividade dos vereadores é a sua participação em comissões e na mesa diretora, porém os nomes desse participante estão em páginas diversas, sobre cada comissão e sobre a mesa diretora, o que dificulta saber de que Comissão faz parte determinada pessoa. Dessa forma, falta atualidade e maior completude sobre a carreira e as

funções de cada vereador.

Em termos de prestação de contas dos temas institucionais, no Portal Transparência CMRJ, cujo link encontra-se na parte central do site da Câmara, são apresentados dados satisfatoriamente completos e atualizados sobre recursos humanos (o quantitativo de servidores e sua estrutura) e sobre a execução orçamentária e financeira. Esse Portal é elaborado e atualizado pela Assessoria de Informática e Modernização Administrativa em parceria com a Mesa Diretora da Câmara.

Por todas essas características, podemos resumir a transparência de temas institucionais no site com a seguinte tabela:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	1
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	1
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	1
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	2

b) Área de Gestão

Esta a área de atuação está relacionada às atividades necessárias para o processo decisório, incluindo as diversas ações dos agentes, tais como discursos, propostas, visando o desenvolvimento do debate público. Na Câmara dos vereadores, os debates e novas propostas emergem das deliberações dos parlamentares nas sessões ordinárias e extraordinárias do plenário. A transcrição desses discursos e das votações é disponibilizada no site diariamente, na área Vereadores > Discursos e Votações. Também é possível acessar, na mesma página, a discursos realizados a partir de junho de 2010. Por meio da “Busca - Projetos até 2008” é possível encontrar resumos das discussões sobre diversos projetos desde 1977, por filtros.

As informações sobre os discursos, as votações e os projetos são encontradas, principalmente, por meio da barra de ferramentas, clicando em Vereadores > Discursos e Votações. Entretanto, nessa página não são encontradas informações anteriores a junho de 2010, que devem ser procuradas por mecanismo de busca que não está presente da barra de

ferramentas, somente por links na página principal (“Busca – Projetos até 2008” e “Busca - 2009 - 2012 Projetos de: Emenda à Lei Orgânica, Lei Complementar, Lei, Decreto Legislativo, Resolução, e Requerimentos, Indicações Mensagens, Moções e Ofícios”), assim como a Ordem do Dia e relatórios sobre a Produção Legislativa. A dispersão das informações dificulta o acompanhamento de longos debates, ou da resolução de temas mais complexos.

Os relatos sobre os discursos e os projetos realizados sempre remetem ao vereador de sua autoria. Dessa forma, as informações sobre as atividades dos parlamentares no plenário são sempre atualizadas no site e mantêm-se em arquivo. Nas páginas relativas às comissões temporárias e permanentes e à mesa diretora também são relacionados os vereadores participantes. Porém, as informações sobre as comissões das quais participam não estão necessariamente no perfil dos vereadores, uma vez que esse perfil é feito por seu gabinete, e somente é divulgado o que for interesse da equipe de cada vereador. Isso demonstra uma estratégia mais institucional do que personalizada, que também está presente em todo o site.

Por meio do Portal da Transparência CMRJ é possível visualizar a atuação de cada vereador, uma vez que é possível ver todas as proposições de cada um quando, no Portal, clica-se em Proposições > Em tramitação. Além da lista de propostas, discriminadas por sua categoria legislativa, os textos integrais dessas podem ser acessados. A participação dos parlamentares nas votações pode ser encontrada em Sessões Plenárias > Atas das Sessões, que enuncia qual foi o quórum e qual o voto de cada vereador, porém somente apresenta o número do projeto votado. Para saber o conteúdo do projeto, é preciso acessar Sessões Plenárias > Discursos e votações. Esse fato dificulta que um indivíduo encontre informações completas sobre as votações, apesar de esses dados existirem, pois seria preciso acessar a participação de cada um dos 51 vereadores em uma sessão. Isso permite a seguinte classificação da transparência na área de gestão:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos – Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	2
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	1
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	2
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	2

c) Área de Prestação de Contas

Essa é a área relativa à fiscalização das decisões políticas e do emprego de recursos públicos. Frequentemente, desperta grande interesse na população e necessita de dados quantitativos específicos e atualizados, pois demonstra como os tributos arrecadados beneficiam a população com serviços e novas estruturas. Também é nessa área que surgem denúncias de corrupção e desperdício do dinheiro público. Avaliemos, então, a transparência dessa área tão controversa.

Segundo a assessora-chefe, e confirmado pela observação direta, todos os discursos no Plenário e as novas legislações são inseridos quase de imediato nas informações disponíveis do site, em um prazo máximo de 24 horas. O Portal da Transparência CMRJ disponibiliza essas mesmas informações, adicionando dados quantitativos sobre recursos humanos e orçamentos e também são constantemente atualizados a cada nova decisão ou gasto declarado pela mesa diretora.

Praticamente todas as informações relativas a prestações de contas estão localizadas no site do Portal da Transparência. No site da Câmara, um relatório com os dados quantitativos da Produção Legislativa pode ser encontrado por link homônimo e que direciona a página do Portal citado.

É possível ter acesso a dados quantitativos completos e atualizados sobre a atuação dos vereadores e proposições, sessões plenárias e comissões, contando inclusive com um relatório de produção legislativa resumido no Portal da Transparência. Entretanto, não são encontradas informações sobre os gastos individuais dos representantes ou os de cada comissão.

No Portal da Transparência há uma área dedicada para a discriminação da Execução Orçamentária e Financeira. Nessa parte existem explicações gerais de como funciona o custeio da Câmara e dos significados de algumas palavras comuns na área. Também são disponibilizadas a previsão de receita, a visão consolidada da execução e a visão detalhada de empenhos pagos. Relatórios de gestão fiscal são outros documentos disponíveis na página, assim como quadros de detalhamento de despesa.

Encontramos também um item relacionado a um “Fundo Especial” criado em 2009, porém o link que deveria remeter à lei de sua criação não funciona, restando os documentos dos seus balancetes. Além disso, são exibidas no site informações sobre licitações e contratos que tiveram ou ainda têm validade no ano atual. Esse conjunto torna a variedade de informações que podem ser encontradas muito ampla e atual. Dessa forma, avaliamos a

transparência dessa área no seguinte quadro:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	2
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	2
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	1
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	2

d) Área de Dados Públicos

Essa área de atuação relaciona-se com informações sobre decisões do Estado e que estão diretamente relacionadas com o funcionamento da sociedade, como diversas formas de legislação, decisões judiciais e documentos históricos, não estando ligada diretamente aos gastos da instituição, como na área de prestação de contas, mas demonstrando as leis que regem o local.

Novos projetos, normas ou leis aprovadas são inseridos no site até o primeiro dia útil após o acontecimento. Dessa forma, mantém-se a população atualizada das novas legislações que surgem no âmbito municipal. A maior parte das informações sobre dados públicos recentes pode ser encontrada por meio da barra de navegação em Consultas > Leis Municipais ou Legislação Específica. Contudo, muitos outros dados legislativos somente são encontrados pelos links específicos para encontrá-los, como “Busca – projetos até 2008” e “BUSCA - 2009 – 2012: Projetos de: Emenda à Lei Orgânica, Lei Complementar, Lei, Decreto Legislativo, Resolução, e Requerimentos, Indicações Mensagens, Moções e Ofícios”.

Neste caso, a disposição das normas e leis no site não dificulta a identificação dos principais participantes – ou seja, seus autores – pois, essa sempre é elucidada nas informações sobre cada legislação. Além disso, é possível buscar leis e projetos usando o nome de seus autores como filtro. Também existem relatórios sobre a atividade legislativa da Câmara no Portal da Transparência, os quais também podem ser acessados por link na página principal que remete diretamente a essa área. Todos esses fatores moldam a transparência da área de dados públicos no quadro a seguir:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	2
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	1
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	2
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	2

Percebemos o alto grau de incidência de transparência em todos os temas abordados no site da Câmara. Avaliaremos os outros eixos, de acesso e de interação, para que possamos ter uma percepção mais completa do que essa transparência significa.

2) ACESSO

O acesso dos indivíduos a informações depende de vários fatores, de forma objetiva, analisaremos a existência de banco de dados ou arquivos, de orientação de como buscar informações, de formatos que despertam a atenção, de interpretações de dados para o público e de estímulo a dar opinião. Em relação à atratividade dos formatos, a análise será realizada de acordo com fatores avaliados em projetos de Web Design⁹. Esse e os outros aspectos serão avaliados pela observação direta e a entrevista com a assessora da Ascom.

a) Área Institucional

Nesta área, voltada para as funções cotidianas da instituição, percebemos que existe vasto arquivo no site. Segundo a assessora-chefe Anette Silva, o banco de dados do site contém todos os documentos da Câmara desde sua abertura em 1977. Essa totalidade é relativa, uma vez que se restringe àqueles registros em papel que não se perderam com o passar dos anos. Os dados, no entanto, não estão acessíveis nas páginas que contém informações sobre leis específicas ou ordinárias, nas quais somente são apresentadas informações a partir da década de 1990. Para ter acesso a dados mais antigos, somente

⁹ Para uma lista objetiva desses fatores, ver www.avellareduarte.com.br

existem resumos relativos a discussões de projetos, que só podem ser encontrados por mecanismo de busca que está entre os atalhos da página inicial do site como “BUSCA – Projetos até 2008”. Apesar dessas complicações, o conteúdo está atualizado e possui vasto acervo.

A disposição das informações no site pode gerar dúvidas e falsas impressões sobre o real conteúdo a que se tem acesso. Há muitas informações que somente são acessíveis por links no centro da página principal, contudo, por esta ser uma área majoritariamente dedicada a atalhos para páginas que são apresentadas também por opções do menu de navegação, surge a falsa impressão de que não há informações novas nessa área para aqueles que já exploraram por todos os títulos da barra de navegação. Segundo a assessora-chefe, a principal indicação de Busca no site, o link “Busca Google neste site” não funciona corretamente, com associações incorretas de palavras. Além disso, em cada página referente a legislação há um mecanismo de busca diferente, assim como também proliferam modos de busca na área dedicada a notícias.

O site da Câmara do Rio possui praticamente o mesmo formato há dez anos, ocorreram apenas acréscimos de informações. Não possui uma ampla variedade de cores consistindo em grande parte somente em branco, azul e laranja. Utiliza-se principalmente de textos, com pouco uso de imagens e fotografias. A disposição de sua página principal simula colunas de um jornal impresso, porém não apresenta uniformidade de texto e figuras entre elas, frases e imagens sucedem-se como uma listagem sem interesse estético. Não há nenhum movimento em qualquer página do site. Por todos esses fatores podemos considerar o site com formatos pouco atraentes.

Existe a preocupação com definições simples sobre as atividades de cada área e a sua acessibilidade ao público em praticamente todos os tópicos presentes na barra de navegação. Há conceitos de fácil assimilação sobre o histórico e acervo do Legislativo municipal, assim como bases para o entendimento de como funciona o plenário, como são elaboradas as leis, qual o trabalho dos vereadores e como localizá-los. Além disso, há glossários para o melhor entendimento de leigos sobre a atividade e os discursos parlamentares. As Notícias da Câmara apresentam oportunidades de compreensão das novidades do Legislativo em linguagem jornalística, adaptadas ao público geral.

Na página principal há o link “Você pode participar do legislativo! Envie sugestões de leis: Clique aqui” que cadastra sugestões populares para projetos de lei. Segundo Anette Silva, esse é um espaço mal utilizado pelo público, que usa esse meio para realizar reclamações, as quais são encaminhadas para o setor adequado pela área de comunicação. Há também o link

“Fale com a ouvidoria!” que realiza cadastro de reclamações e sugestões. Existe o contato (telefone e e-mail) dos diversos setores da Câmara, mas o apelo ao público para que entre em contato depende de cada um deles, que na maioria das vezes não o fazem.

Em consequência dessas características, classificamos o acesso sobre temas institucionais no site da seguinte maneira:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	incompleto	inexistente	2
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	inexistente	1
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minorias	nenhum	1
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minorias	nenhuma	2
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	nenhum	1

b) Área de Gestão

Sobre os processos de debate legislativo, discursos e propostas, há grande heterogeneidade na amplitude dos bancos de dados do site, o que torna alguns visivelmente incompletos. As transcrições dos discursos parlamentares mais antigas datam de junho de 2010. Mecanismos de Busca na página inicial não exibem os discursos realizados anteriormente, somente projetos e legislações e não especificam a abrangência temporal dos dados, que variam entre 40 e 20 anos de arquivos, dependendo da matéria.

Os dados sobre “Ordem do Dia” encontram-se em outro link na página principal e possuem arquivos desde fevereiro do corrente ano. Um resumo da produção legislativa pode ser encontrado em link semelhante aos anteriores e contém relatórios dos últimos cinco anos, mas não incluem a produção parcial do presente ano. No Portal da Transparência encontramos informações sobre a atuação dos vereadores em 2010, porém elas não podem ser vistas em conjunto, pois é preciso escolher um vereador para ver suas proposições, o que complica que a população compreenda a atuação parlamentar como um todo coerente devido ao modo de disposição dos dados.

A disposição das informações no site dificulta o acompanhamento dos debates e das propostas na Câmara Municipal. No tópico relacionado a vereadores, somente são encontradas recentes discursos, dos dois semestres anteriores ao período atual. Nessa página é possível ordenar a produção legislativa de acordo com assuntos, porém, na área em que encontramos informações mais completas das atuações parlamentares da última legislatura, no Portal da Transparência, as informações só podem ser classificadas por vereador de autoria, pois a página referente aos discursos, no Portal, é a mesma encontrada no site da Câmara. Informações semelhantes são encontradas em diversas partes do site, tornando a busca por elas confusa, logo, prejudicando o acesso da população a todos os dados sobre gestão.

Todos os discursos, projetos e votações são exibidos em textos contínuos e monocromáticos, muitas vezes de longa extensão. As deliberações e propostas são realizadas em linguagem formal, geralmente utilizando termos da área de Direito. Essas características não atraem o público comum, principalmente o usuário de internet, que busca textos leves, curtos e diretos. A página de Notícias tenta amenizar esse desconforto exibindo as principais decisões em textos curtos, com formato jornalístico, com o uso de fotografias em algumas, porém essas não possuem aspecto jornalístico profissional e retratam frequentemente as reuniões ocorridas dentro da Câmara. O exemplo a seguir (Figura 5) é representativo dessas características, que foram encontradas pela pesquisadora em matérias no ano de 2010:

05/10/2010

Comissão para população de rua

Por iniciativa do vereador Reimont (PT) presidente da Comissão Especial criada para acompanhar, estudar e analisar a situação da população adulta em situação de rua foi realizada ontem, segunda-feira, 4 de outubro, uma reunião no Auditório da Câmara do Rio, para discussão e adequação das cláusulas que integrarão o modelo de adesão da Política Nacional dos Moradores de Rua e do Termo de Compromisso que serão encaminhados ao Poder Executivo. O encontro teve a participação de representantes de movimentos sociais, das Secretarias Municipais de Assistência Social e de Direitos Humanos, além de membros do Ministério Público e da Defensoria Pública.

Figura 5

Alguns projetos ou debates parlamentares são identificados pela Assessoria de Comunicação como de grande interesse público, esses são selecionados para integrar as matérias do “Notícias da Câmara”. Segundo a Assessora, as matérias são selecionadas de acordo com seu “teor jornalístico”, que para ela seriam aquelas que levariam a mudanças importantes no cotidiano do cidadão, ou as que se remeteriam a pessoas com certo prestígio na sociedade. Dessa seleção constata-se um grande poder da Assessoria de definir temas a serem abordados na Câmara como mais relevantes. Nessa página as deliberações no plenário ou nas comissões são interpretadas para que de forma mais direta e simples, típicas do jornalismo, sejam exibidas no site. Frente à grande produção parlamentar, é pertinente avaliar que poucos são os assuntos que recebem essa ênfase. Essa publicação permite maior acesso à informações para aqueles com maior dificuldade em compreender os termos formais e

jurídicos usados nos debates legislativos.

Outro aspecto sobre o acesso na área de gestão seria a falta de espaço para a opinião pública registrar virtualmente sua opinião sobre os debates e os projetos propostos. O cidadão pode buscar o autor da ação e buscar seus contatos no perfil dos vereadores, mas essa atitude não é estimulada nas páginas onde se encontram as informações sobre os temas de gestão.

Com essa análise, afirmamos que o acesso na área de gestão tem os seguintes padrões:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	incompleto	Inexistente	1
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	Inexistente	1
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minoría	Nenhum	1
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minoría	Nenhuma	1
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	Nenhum	0

c) Área de Prestação de Contas

Os diferentes tipos de prestação de conta apresentados no site possuem arquivos de amplitude variada, porém, em sua maioria, atém-se ao ano corrente. A previsão de receita, a visão consolidada da execução e a visão detalhada de empenhos pagos são exibidas por sua movimentação mensal e somente a partir do mês de janeiro de 2010. Relatórios de gestão fiscal incluem informações de 2008 a 2010. O Quadro de detalhamento de despesa somente abrange os meses de julho e agosto do presente ano. O Fundo Especial, criado em 2009, possui seus balancetes do primeiro e segundo trimestre de 2010. Os documentos sobre licitações e contratos também só envolvem este ano. Dessa forma, o banco de dados que pode ser acessado é limitado.

O link para o Portal da Transparência, que é o modo de acesso à prestação de contas, está na parte central da página principal no site da Câmara: consiste em texto e pequena imagem com seu nome. Uma vez no site do Portal, o navegador encontra à sua esquerda uma

barra de navegação que exhibe os tópicos de praticamente todas as informações que podem ser acessadas, o que auxilia bastante a localização de dados. A ausência de ferramentas de busca no Portal pode ser solucionada pela busca Google na página principal do site da Câmara, que também abrange informações sobre o Portal.

Os documentos existentes sobre prestação de contas consistem principalmente em tabelas monocromáticas que informam a produção ou os gastos de determinado setor. O site do Portal da Transparência, se comparado ao da Câmara, pode ser considerado de mais fácil acesso, com vantagem de apresentar textos mais curtos e diretos, contudo, o uso de imagens é ainda mais raro, assim como ou uso de diferentes cores.

A prestação de contas apresenta linguagem relativamente simples e direta, sem o uso exagerado de termos técnicos. Apesar disso, os títulos dos gastos estão em temas gerais como “Alimentação”, “Obras”, “Outros Serviços”, o que diminui a capacidade da população de interpretar qual é o verdadeiro significado dos gastos, sobre o que eles se referem ou quais são as regras dos termos dos contratos e de licitações expostos.

Não existe, no Portal da Transparência, qualquer estímulo à manifestação da opinião popular sobre as informações ali contidas. Os telefones e e-mail de contatos remetem à Ouvidoria e à Assessoria de Comunicação, ou aos gabinetes dos Vereadores. Não há textos incentivando a participação, embora a maioria dos instrumentos de comunicação virtuais tenha como característica a facilidade de troca de mensagens. O estímulo à participação poderia ser realizado sem necessidade de alterações de relevo no site, entretanto esse potencial de exercício da Comunicação Pública não é aproveitado. Portanto, o eixo de acesso na área de prestação de contas pode ser resumido da seguinte maneira:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	incompleto	Inexistente	1
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	Inexistente	2
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minorias	Nenhum	1
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minorias	Nenhuma	1
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	Nenhum	0

d) Área de Dados Públicos

Nessa área, relacionada a normas legislativas, como mencionado anteriormente, os bancos de dados do site buscam ser completos, mas dependem de arquivos anteriores, em papel, isso dificulta esse objetivo. Na página de “Leis Municipais” podem ser encontrados dados a partir de novembro de 1990. Em “Leis Específicas” encontram-se leis atuais que versam sobre a elaboração de outras normas, como a Lei de Responsabilidade Fiscal, Leis Orçamentárias Anuais e Planos Plurianuais, as leis anteriormente vigentes, desde a década de 1990, variando a data limite. Os arquivos disponíveis para busca de projetos e legislações abrangem entre 40 e 20 anos, sendo o mais antigo de 1977 - ano de estabelecimento da Câmara.

Em todas as páginas relativas à legislação há mecanismos de busca com diversos tipos de filtro, de forma que o navegador, na maior parte das vezes, pode encontrar o documento que procura por assunto, ano ou autor. Além desse instrumento, ao final de cada lei, há uma pequena janela indicando leis relacionadas ao assunto, o que facilita ao navegador um conhecimento mais profundo sobre o tema que pesquisa.

Os dados públicos, no site da Câmara, são exibidos como a completa transcrição de documentos oficiais. Esses, em sua maioria, são longos textos, com a linguagem formal e de aspecto legal. Essas características podem tornar a leitura difícil e desinteressante para o público leigo. Os glossários presentes no site podem auxiliar o indivíduo comum a compreender melhor essas normas.

Alguns dados públicos, na opinião da Ascom, podem alterar diretamente o cotidiano do cidadão ou são de grande interesse público, esses são selecionados para fazer parte do “Notícias Rio” pela Assessoria de Comunicação, com a informação reescrita em linguagem jornalística, mais direta e simples, para melhorar o acesso a ela.

Os cidadãos podem participar em temas de dados públicos, por meio do link “Envie sugestões de leis: Clique aqui”, presente em um pequeno atalho na área de trabalho, para facilitar sua visualização. Alguns vereadores, no texto relativo ao seu perfil, também convocam a participação popular em seus projetos pedindo à população que lhe envie e-mail com sugestões, porém, não há qualquer orientação da Ascom para que eles façam isso.

O acesso da área de dados públicos, então, consiste nas seguintes características:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	incompleto	inexistente	1
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	inexistente	1
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minoría	nenhum	1
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minoría	nenhuma	1
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	nenhum	1

3) INTERAÇÃO

Este eixo relaciona-se com a possibilidade do público do site da Câmara dos vereadores de estabelecer um diálogo entre representantes e representados, e com a participação dos indivíduos de participarem da criação de produtos e serviços da instituição. Vejamos como ela ocorre nas diferentes áreas abordadas pelo site.

a) Área Institucional

Nessa área sobre o funcionamento da instituição, a interação é possível, pois praticamente todas as seções apresentadas no site possuem telefone, e-mail e endereço (sala), o que permite que um cidadão interessado entre em contato com a área que deseja. Na Assessoria de Comunicação, o contato por telefone, pela internet e pessoalmente ocorre de forma fácil e rápida, caso seja necessário, a pessoa será encaminhada para o setor que melhor lhe atenderá. Contudo, não há ferramentas no site para que opiniões dos cidadãos possam ser acessadas, os contatos ocorrem de forma individual, sem repercussão pública.

A Assessoria de Comunicação possui um funcionário exclusivamente dedicado a responder as demandas por informações que são recebidas por telefone ou e-mail. O tempo de resposta depende se será necessário entrar em contato com outras áreas, ou tomar ações mais complexas, mas o objetivo é responder em prazo máximo de um dia, mesmo que não possua uma solução completa para o questionamento. Não existe nenhuma censura quanto a assuntos a serem abordados. A princípio todos os questionamentos obterão resposta, segundo

declaração da diretora, porém não tivemos acesso aos e-mails recebidos ou enviados pela Ascom.

Entretanto, a participação do público é limitada na criação de produtos e serviços. Todas as decisões nessa área são tomadas principalmente pela Mesa Diretora, com a participação da Assessoria de Comunicação. Por esses aspectos, a interação nessa área institucional ocorre da seguinte forma:

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	1
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minoría	nenhuma	2
Participação na criação de produtos e serviços	todos ou predominante	minoría	nenhuma	0

b) Área de Gestão

Observamos que há poucas possibilidades de fala do cidadão ao longo do processo de decisões parlamentares por meio do site. O indivíduo poderá remeter-se aos vereadores que discutem as propostas individualmente, pelos contatos que encontra no site, ou sugerir futuros projetos pelo link “Você pode participar do legislativo! Envie sugestões de leis: Clique aqui”. Ambas as ações possuem incidência muito restrita e pouco mensurável de participação. Caso o contato seja realizado com a Ascom, provavelmente ele será encaminhado para os vereadores responsáveis pelo debate. Como vários desses representantes podem estar envolvidos com uma mesma temática, cabe à Assessoria definir para qual vereador deve enviar essas mensagens, o que garante a ela relevante poder de seleção.

Seguindo o que foi mencionado sobre as oportunidades de fala, o recebimento de respostas sobre demandas no campo de gestão depende dos gabinetes dos vereadores, logo, nenhuma dessas requisições receberá solução objetiva por meio do site.

Com o uso exclusivo do site da Câmara, o cidadão provavelmente não conseguirá alterar nenhuma forma de estrutura de gestão. Por se tratar de um mecanismo muito complexo, depende da maior parte da vontade política de seus participantes para ser modificado. Reflete-se na tabela abaixo a interação sobre temas de gestão:

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	1
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minoría	nenhuma	0
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minoría	nenhuma	0

c) Área de Prestação de Contas

Não há ferramentas para a participação popular diretamente na prestação de contas. Os meios de fala restringem-se aos canais de comunicação com a ouvidoria e Assessoria de Comunicação. Os responsáveis pela elaboração do Portal da Transparência – a Mesa Diretora e a Assessoria de Informática e Modernização Administrativa – embora apresentem seus contatos, não expõem claramente que são os formuladores das informações do site.

Como não há um modo formal de contato com os responsáveis pela área de prestação de contas, conseqüentemente, não há como mensurar o recebimento de respostas sobre o tema pelos canais difusos. Mais uma vez a inexistência de um canal direto prejudica a participação popular, impedindo sua influência na elaboração de produtos e serviços. O quadro demonstra essa carência de interação na área de prestação de contas.

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	0
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minoría	nenhuma	-
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minoría	nenhuma	0

d) Área de Dados Públicos

Não há espaços reservados para a opinião da população sobre os projetos ou leis em tramitação ou aprovados. O cidadão deverá manifestar-se por meio dos canais de comunicação possíveis para qualquer outro tema: os contatos do autor, ou por meio da ouvidoria e da Ascom que enviarão essa comunicação também para o autor. Como não há espaço dedicado ao envio de comunicações sobre dados públicos, não há a subsequente quantificação do recebimento de respostas sobre esse tema.

Não há qualquer participação da população na criação de novos produtos ou serviços relacionados a Dados Públicos. Novamente, a ausência de interação é observada.

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	0
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minoria	nenhuma	-
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minoria	nenhuma	0

De acordo com todas as informações obtidas, podemos medir o percentual de incidência dos eixos nas áreas de atuação em relação ao site da Câmara Municipal do Rio de Janeiro. Esses dados podem ser resumidos na tabela a seguir:

Instrumento	Eixo	Tema	Público	Incidência
Site	Transparência	Institucional	cidadãos	62,5%
		De Gestão		87,5%
		Prestação de Contas		87,5%
		Dados Públicos		87,5%
	Acesso	Institucional	cidadãos	70 %
		De Gestão		50 %
		Prestação de Contas		50 %
		Dados Públicos		50 %
	Interação	Institucional	cidadãos	50 %
		De Gestão		16,7%
		Prestação de Contas		0 %
		Dados Públicos		0%

A partir dessa tabela, podemos realizar algumas observações. A primeira delas está relacionada à ausência de temas mercadológicos, de utilidade pública e de interesse privado no site da Câmara de Vereadores. Esses temas, importantes para a Comunicação Pública, poderiam ser abordados, uma vez que não há limites de espaço para informações em sites. Essa lacuna temática pode ser atribuída à deficiência nos eixos de interação e por não haver pesquisas de opinião. Dessa forma, as decisões sobre os conteúdos do site são atribuídas à assessoria de comunicação e à mesa diretora da Câmara, com restrita participação da opinião popular.

Embora a assessora-geral da Ascom tenha afirmado em sua entrevista que o público-alvo principal do site consiste nos cidadãos, especialmente os moradores da cidade do Rio de Janeiro, não são estabelecidos instrumentos para aferir quais são os assuntos que lhes interessam. Ademais, não há divulgação sobre o site fora dos meios de comunicação da Câmara (diário oficial e twitter). O acesso do cidadão ao site dependerá do seu interesse em informações ligadas à vereança, pois, fora desse escopo, dificilmente um indivíduo encontrará estímulos a acessar esse meio virtual.

Pelos dados aferidos, percebe-se que há grande preocupação em assegurar a transparência nas informações. Daí decorre a ênfase em termos de *accountability*, servindo-se da prestação de contas para assegurar legitimidade política. Na percepção dos elaboradores do site, existe a expectativa da população para a transparência na instituição, nas contas e nos dados públicos, o que é refletida na alta incidência desses eixos revelada ao longo da pesquisa. Entretanto, é menor a preocupação com o acesso, por meio do desenvolvimento de

modos de busca eficiente, de formatos atraentes ou de uma linguagem interpretada, conforme foi constatado.

Por fim, nota-se que esse meio online ainda segue padrões de meios de comunicação de massa impressos tradicionais, com mensagens de um para todos e pouca interação do público. Em um espaço em que há possibilidades para a promoção da Comunicação Pública, que atenda às expectativas da sociedade, com informações de utilidade pública e de interesse privado, o site restringe-se a divulgação de dados institucionais, de gestão e de prestação pública. Para verificar se essas restrições também se confirmam em outros veículos institucionais, analisaremos a seguir o Diário Oficial da Câmara Municipal do Rio de Janeiro.

3.3.4 O Diário Oficial da Câmara Municipal

Continuando a análise dos instrumentos de comunicação da Câmara legislativa do Rio de Janeiro, verificando suas possibilidades de promoção da Comunicação Pública, passaremos a investigar as características do Diário Oficial. Vejamos, então, como é estruturado esse veículo.

3.3.4.1 Estrutura

O Diário Oficial da Câmara Municipal é composto por diversas seções, que variam de acordo com o cotidiano da instituição. De forma geral, esse meio apresenta subdivisões com os títulos de editais, atos da Câmara, expediente despachado, plenário, projetos de lei, comissões, monções, indicações e atos e despachos do diretor geral e do diretor de pessoal.

Os editais convocam vereadores para reuniões ou comissões, sendo um espaço para avisos do presidente da Mesa Diretora. Os atos da Câmara são os decretos legislativos que entram em vigor a partir da publicação no Diário. O expediente despachado elucida os convênios estabelecidos entre diversas empresas e a Câmara Municipal, com os custos e prazos desses acordos.

A seção denominada Plenário descreve a presença dos vereadores nos debates e apresenta a transcrição de seus discursos no plenário no dia útil anterior. A seguir, são

expostos os projetos de leis propostos pelos vereadores e pareceres de temas analisados pelas Assessorias Técnico-legislativas e por Comissões. Há a parte de Moções, que consiste em homenagens prestadas pelos vereadores a diversas pessoas de destaque na sociedade. Por fim, há indicações, por parte dos vereadores, de assuntos para análise da Mesa Diretora e atos e despachos do diretor geral e de pessoal da Câmara. Alguns itens podem ser adicionados ou omitidos, como editais, contratos e balancetes, dependendo se esses fizeram parte de deliberações na Câmara.

A Assessoria de Comunicação é responsável por elaborar somente a capa e a contracapa do Diário Oficial. Essas são as únicas partes coloridas do Diário. A capa (figura 6) apresenta alguns destaques sobre discussões e projetos recentes da Câmara, geralmente, aquelas que os funcionários da Ascom consideram de maior relevância para a população, as quais também são selecionadas para figurar na parte dedicada a Notícias do site. Na contracapa (figura 7) há a estrutura administrativa e partidária da Câmara.



CÂMARA MUNICIPAL DO RIO DE JANEIRO

DIÁRIO OFICIAL DO PODER LEGISLATIVO

Ano XXXIV - nº157

8ª Legislatura - 2ª Sessão Legislativa

Segunda-feira, 30 de agosto 2010

R\$1,00

Copa de 2014 em pauta na Câmara

A Comissão Especial para acompanhar a Organização da Copa do Mundo de 2014 promove amanhã, terça-feira, 31 de agosto, às 10h, no Plenário da Casa, audiência pública para discutir sobre a expansão da Linha 1 do Metrô até a Barra da Tijuca. O evento contará com a participação dos secretários estadual e municipal de Transportes, Sebastião Rodrigues e Alexandre Sansão respectivamente, o secretário especial da Copa 2014 e Rio 2016, Ruy Cezar, e o consultor na área de Engenharia de Transportes, Fernando Mac Dowell.



Com o objetivo de acompanhar as ações para a organização da Copa do Mundo de 2014, a Comissão Especial da Câmara do Rio é formada pelos vereadores Carlo Caiado (presidente), Patrícia Amorim (relatora), Eider Dantas, Dr. Gilberto, Márcio Pacheco, Paulo Messina e Roberto Monteiro.

Substância proibida em salões de beleza

Tramita na Câmara do Rio o Projeto de Lei Complementar nº 22/2009, de autoria do vereador Bencardino, que estabelece sanções aos salões de beleza que forem flagrados pelos órgãos fiscalizadores utilizando a substância química glutaral. O produto é normalmente usado para o alisamento de cabelos.

Também chamado de glutaraldeído, a substância é altamente tóxica e nociva ao meio ambiente, e vem sendo usada de forma irregular nos salões de beleza, colocando em risco a integridade física dos clientes. Dentre os possíveis malefícios estão alergia, queimaduras, ardência ocular e até pneumonia química.

De acordo com o parlamentar, a substância é utilizada para

desinfecção a frio em hospitais, sendo necessário que os profissionais utilizem equipamentos especiais para evitar intoxicação. "O glutaral é 10 vezes mais tóxico que o formol, que já foi proibido pelos salões de beleza", reforça o vereador Bencardino.

Pelo texto do projeto, os estabelecimentos que forem flagrados utilizando o produto receberão as seguintes sanções: suspensão do alvará de funcionamento por 90 dias e a cassação do alvará em caso de reincidência.

Além da proibição, todos os salões de beleza deverão fixar cartazes informativos com os seguintes dizeres: "O uso do glutaral como alisador constitui crime de adulteração".

CIEPs tombados



O Projeto de Lei nº 246/2009, de autoria do vereador Leonel Brizola Neto (PDT), que tomba como Patrimônio Histórico e Urbanístico os Centros Integrados de Educação Pública - CIEPs está na pauta de votação da Câmara do Rio. A proposta recebeu o veto do Executivo. O projeto irá à votação em Plenário, quando os vereadores decidirão por manter ou derrubar o veto. Os CIEPs, conhecidos como Brizolões, projetados pelo arquiteto Oscar Niemeyer, são compostos por três construções distintas: prédio principal, que abriga refeitório e espaço cultural, e são reconhecidos internacionalmente como projeto educacional de arte

"A notoriedade do valor do projeto dos CIEPs é um orgulho para o Rio de Janeiro e mantê-los preservados é garantir para as gerações futuras o direito de estudar numa escola pública de qualidade", defende o vereador Brizola Neto.

Além de proibir a construção ou demolição de qualquer construção que altere a arquitetura dos CIEPs, o projeto define ainda que caberá ao Conselho Municipal do Patrimônio Cultural a responsabilidade pelo registro de tombamento das obras. Ainda de acordo com a proposta, nenhuma unidade escolar poderá ser vendida, alugada ou utilizada em qualquer atividade que não seja destinada à educação.

Figura 6



CÂMARA MUNICIPAL DO RIO DE JANEIRO DIÁRIO OFICIAL DO PODER LEGISLATIVO

MESA DIRETORA	LIDERANÇAS	BLOCO POR UM RIO MELHOR	
Presidente Jorge Felipe PMDB	Líder do Governo Adilson Pires - PT	Líder Professor Uóston	Vice-Líderes Jorge Braz João Mendes de Jesus
1º Vice-Presidente Stepan Nercessian PPS	BLOCO DE ESQUERDA	BLOCO FRENTE CARIOCA	
2º Vice-Presidente Carlo Caiado DEM	Líder Leonel Brizola Neto	Líder Alfredo Sirkis	
1º Secretário Dr. Jairinho PSC	Vice-Líder Reimont	Vice-Líder Teresa Bergher	
2º Secretário Patrícia Amorim PSDB	PARTIDOS		
1º Suplente Nereide Pedregal PDT	Democratas - DEM Líder Eider Dantas	Partido Progressista - PP Líder Ivanir de Mello	Partido Socialismo e Liberdade - PSOL Líder Eliomar Coelho
2º Suplente Dr. Carlos Eduardo PSB	Vice-Líder Rosa Fernandes	Partido Trabalhista Cristão - PTC Líder Renato Moura	
FRENTE PARLAMENTAR EM DEFESA DA VIDA			
RESOLUÇÃO DE MESA Nº 7266/2009 Composição: Vereadores Márcio Pacheco, Adilson Pires, Alexandre Cerruti, Carlo Caiado, Chiquinho Brazão, Clarissa Garotinho, Cristiano Girão, Dr. Carlos Eduardo, Dr. Jairinho, Elton Babú, Fausto Alves, Ivanir de Mello, João Mendes de Jesus, Jorge Felipe, Jorge Pereira, Jorginho da S.O.S, Liliam Sá, Lucinha, Luiz Carlos Ramos, Marcelo Piuí, Patrícia Amorim, Paulo Messina, Professor Uóston, Renato Moura, Tânia Bastos, Teresa Bergher, Tio Carlos, Vera Lins			
Câmara Municipal do Rio de Janeiro Diário Oficial do Poder Legislativo Pç Floriano, s/ nº Telefone: 21 3814-2121 www.camara.rj.gov.br email: ascom@camara.rj.gov.br	Secretária-Geral da Mesa Diretora Tania Mara Martinez de Almeida	Capa Informativa - elaboração: ASCOM/CMRJ Composição, Diagramação, Montagem, Fotolito, Impressão e Expedição Gráfica MEC Editora Ltda. Rua Visconde de Santa Isabel, nº 420 Grajaú - Rio de Janeiro - RJ CEP.: 20560-121 Tel.: 2577-5221 / 2577-1116 Fax.: 2577-9065 site: www.grafmec.com.br e-mail: cpd@grafmec.com.br	
Presidente Jorge Felipe	Diretor-Geral de Administração Mário Antunes	Diretor de Apoio Legislativo Francisco Martins de Souza Varajão Substituto Eventual	
Chefe de Gabinete da Presidência Cesar Abrahamo	Diretor de Apoio Legislativo Francisco Martins de Souza Varajão Substituto Eventual	Chefe do Serviço de Atas José Mauro Gomes Ribeiro	

ANO XXXIV • Nº 157 • RIO DE JANEIRO 2 SEGUNDA-FEIRA, 30 DE AGOSTO DE 2010

Figura 7

O Diário é distribuído gratuitamente na Câmara. Entretanto, ele deve ser requerido em um setor específico da portaria ou do expediente pelos cidadãos. Os vereadores o recebem em seus gabinetes, assim como há o envio desse instrumento de comunicação para as redações dos principais jornais da cidade e para os demais órgãos públicos. Também é vendido, por um real, em apenas uma banca de jornal no Centro da cidade, sendo essa informação de pouca divulgação, pois é preciso questionar algum funcionário para obtê-la. Essa dificuldade para o acesso da população ao Diário nos faz questionar se ela é realmente o principal público desse veículo, conforme afirma a Assessora-chefe. A capa e a contracapa são divulgadas no site separadamente do conteúdo do Diário, como já foi demonstrado anteriormente.

3.3.4.2 Análise

Os dados para a análise foram obtidos, novamente, pela observação direta da autora e por entrevista com a Assessora-Chefe da Assessoria de Comunicação Social da Câmara, Anette Silva. Considerando essas informações percebe-se que o Diário Oficial da Câmara dos Vereadores do Rio de Janeiro aborda as áreas de Gestão, de Prestação de Contas, de Utilidade Pública e de Dados Públicos, portanto, não se volta para a área Institucional, de Interesse Privado e de Mercadologia que também são temas essenciais da Comunicação Pública, mencionados anteriormente. Fazemos, então, a avaliação dos públicos e da incidência dos eixos de pesquisa nas áreas de atuação que esse meio aborda.

1) TRANSPARÊNCIA

Novamente percebemos alta incidência deste eixo em todas as áreas, nas quais, de diferentes formas, é realizada a atualização e a disposição das informações de modo a aumentar a transparência dessas, assim como apresentam dados sobre os representantes e prestação de contas.

a) Área de Gestão

Essa área, relacionada ao processo decisório, às propostas e discursos dos representantes que alterariam o cotidiano do cidadão, ou que poderiam levar ao debate público, é uma das mais enfatizadas pelo Diário Oficial da Câmara Municipal do Rio de Janeiro. O principal público-alvo, pelo depoimento da assessora-chefe da Ascom, seriam os cidadãos, contudo, a funcionária assume que o Diário é lido principalmente pelos vereadores, fato que foi confirmado pela visita da pesquisadora a todos os gabinetes, nos quais funcionários ou os próprios vereadores alegaram que a leitura desse documento é imprescindível para acompanhar o cotidiano da Câmara. Esse documento também é distribuído em diversos órgãos públicos, como uma forma de atualização interna da instituição governamental. Além disso, seu envio diário às redações dos principais jornais indica que ele pode ser usado como fonte de pautas para a imprensa, o que amplia a possibilidade das informações atingir indiretamente a sociedade local.

A dificuldade que um indivíduo encontra para adquirir o Diário, como a falta de

divulgação dos seus locais de distribuição, também refuta a centralidade dos cidadãos como público-alvo essencial. Pragmaticamente, o corpo legislativo da Câmara é o principal público, pois as informações do Diário contribuem para elaborar estratégias políticas.

A respeito da atualização desse meio, a capa e o conteúdo são atualizados diariamente, porém a contracapa, como apresenta informações sobre a estrutura da Câmara, somente é modificada caso ocorra alguma mudança administrativa ou política, dessa forma, apesar de repetida, mantém-se atualizada.

As notícias da capa do Diário são apresentadas em um formato semelhante ao dos jornais comerciais, com fotos e figuras coloridas, colunas na vertical, e quadros de destaque. É um formato comum para a maioria das pessoas e, conseqüentemente, de fácil leitura. Na contracapa, existe uma divisão por grandes tarjas azuis dos diferentes grupos que compõem a Câmara, além de um quadro azul com o expediente. No interior do Diário, existe um sumário sobre suas seções, facilitando o manuseio do leitor. Dessa forma, as informações do Diário Oficial, de forma geral, possuem uma aparência organizada.

No Diário, é dedicado pouco espaço para informações sobre os representantes. Há a possibilidade de identificar o vereador responsável pelo tema de cada notícia que é destacada na capa, uma vez que os projetos de lei ou as normas aprovadas que são o conteúdo da capa, sempre têm seus propositores indicados, mas não há muito mais informações do que isso. Na contracapa, é possível identificar a posição partidária e administrativa dos vereadores, mas não há nenhuma indicação de como entrar em contato com eles. Também não são elucidadas as comissões das quais os vereadores fazem parte – o que é uma função importante da atividade desses representantes – só se essas tiveram alguma atividade no dia anterior. Conclui-se que falta maior completude sobre as funções, os partidos e os contatos de cada vereador, uma vez que só há informações sobre os atos e discursos dos vereadores no dia útil anterior.

O Diário Oficial apresenta os discursos e as decisões legislativas da sessão anterior. Dessa forma, a prestação de contas da área de gestão ocorre de modo limitado, pois se refere apenas a informações recentes. Esse fato decorre do formato físico restrito e da finalidade do Diário, que almeja, principalmente, cumprir com o critério de publicidade para a entrada em vigor de normas municipais. Logo, a transparência na área de gestão é classificada como a tabela abaixo:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	2
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	2
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	1
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e/ou desatualizada	inexistente	1

b) Área de Prestação de Contas

Essa área refere-se à fiscalização das deliberações políticas e da utilização de recursos públicos. O Diário Oficial apresenta relevante importância neste contexto, apresentando os discursos no Plenário e as novas legislações da última sessão legislativa, dessa forma, são extremamente atuais. O mesmo ocorre com os convênios realizados pela Câmara com outras empresas e instituições, demonstrando prazos e valores atuais desses acordos.

As seções do Diário Oficial estão bem delimitadas. Neste meio, são encontradas informações de prestação de contas, como os convênios, contratos, editais e balancetes, com o auxílio do Sumário que está presente na primeira página, de forma organizada. Entre essas seções, não ocorre a prestação de contas particular de representantes no Diário, uma vez que as informações sobre custos são apresentadas de forma generalizada, envolvendo gastos conjuntos de toda a Câmara. Isso nos remete novamente à visão institucional que predomina nos instrumentos de comunicação da Câmara.

No Diário Oficial não há explicações gerais de como funciona o custeio de toda a Câmara, apenas os contratos e convênios estabelecidos em datas próximas à divulgação do Diário são noticiados. Desse modo, a prestação ocorre de forma incompleta em relação ao funcionamento geral da instituição. Pelos fatos supracitados, classificamos a transparência da área de prestação de contas da seguinte forma:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	2
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	1
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	1
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	1

c) Área de Utilidade Pública

É necessário considerar que há alguns dados de utilidade pública no Diário Oficial. Com frequência irregular, alguns anúncios de serviços públicos são publicados no interior do Diário, nas últimas páginas, antes da contracapa. (figuras 8, 9 e 10)

DCM
Diário Oficial do Poder Legislativo do Município do Rio de Janeiro



PREFEITURA




COMLURB






**Mantenha sua
Cidade Limpa**

COMLURB

REMOÇÃO GRATUITA

Tel.: 2204-9999

ANO XXXIV • Nº 156 • RIO DE JANEIRO 29 SEXTA-FEIRA, 27 DE AGOSTO DE 2010

Figura 8

DCM

Diário Oficial do Poder Legislativo do Município do Rio de Janeiro

fia Crianças Desaparecidas



Uilliam de Lima e Silva



Tiago Moreira da Silva



Thays cristina De Souza Monteiro



Vinicius da Silvia Barreto



Tais Bernadino dos Santos



Rodrigo de Melo Silva



Raysa Brenda Pinheiro dos Santos Bastos



Rafael Ramos da Silva



Lucas Perreira



Luciane Torres da Silva



Marcia de Paula Almeida



Mariana Zheng



Matheus Francisco da Silva Breganha



Jessica Carvalho Lima Miranda



Jonnes Gomes da Silva

Tel.: (21) 2253-1177

Diário Oficial do Poder Legislativo do Município do Rio de Janeiro - RJ - CEP: 22251-900
www.fia.rj.gov.br - soscriancasdesaparecidas@fia.rj.gov.br

ANO XXXIV • Nº156 • RIO DE JANEIRO 30 SEXTA-FEIRA, 27 DE AGOSTO DE 2010

Figura 9

DISQUE DENUNCIA

(21)

2253-1177

ANO XXXIV • Nº196 • RIO DE JANEIRO 34 QUARTA-FEIRA, 27 DE OUTUBRO DE 2010

Figura 10

Como o material a ser analisado é reduzido, suas características serão apresentadas de forma resumida. Podemos considerar as informações de utilidade pública atualizadas, pois oferecem os contatos de serviços que estão em funcionamento para a população. Os anúncios, quando aparecem, estão presentes de forma organizada ao final do Diário, em quadros que destoam dos textos das outras seções. Não há informação sobre os representantes ou prestação de contas. Dessa forma, classificamos a transparência da área de utilidade pública da seguinte forma:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	2
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	2
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	0
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	0

d) Área de Dados Públicos

Nesta área de atuação, são divulgadas informações sobre decisões do governo e que estão relacionadas com o funcionamento da sociedade, tais como as diferentes normas, leis, decisões judiciais e documentos oficiais. Nesta área encontra-se o principal foco do Diário Oficial, uma vez que esse periódico tem como finalidade prover publicidade às leis, o que é necessário para que essas sejam aplicáveis em toda a cidade do Rio de Janeiro.

Devido a uma norma constitucional, as novas leis municipais entram em vigor somente após sua publicação no Diário Oficial. Consequentemente, em relação a acontecimentos no contexto de dados públicos, o Diário está sempre atualizado. As informações sobre dados públicos estão organizados em títulos que podem ser encontrados na primeira página do Diário, no sumário. As diversas leis e decretos aprovados sucedem-se em textos organizados, com um espaço entre as diferentes leis. Quando há dados públicos mencionados na capa do Diário, eles estão em formato de manchetes e matérias de jornal. Logo, as informações estão bem organizadas.

Em cada legislação aprovada e publicada consta o nome de seus propositores e daqueles que são responsáveis pela edição das leis. Na contracapa do Diário podem ser identificados os partidos e as comissões dos quais cada vereador faz parte. Essas informações podem ajudar o leitor a compreender a relação entre os dados públicos e os projetos políticos dos representantes do município, mas não é o suficiente para obter dados completos sobre as pessoas que participam do processo legislativo.

Não está explicitado, nos textos relacionados a dados públicos, os custos do processo legislativo que levou ao surgimento de novas normas, ou os valores necessários para sua implementação. Por isso, a prestação de contas, que está diretamente ligada aos orçamentos, nessa área, é inexistente. Propomos então a transparência dos dados públicos da seguinte forma:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	2
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	2
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	1
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	0

2) ACESSO

a) Área de Gestão

Existe uma biblioteca que, desde a fundação da Câmara em 1977, abriga todos os Diários Oficiais, pois esses são documentos que têm importância legal, uma vez que a publicação no Diário estabelece o início da vigência de uma lei. Entretanto, alguns desses textos estão deteriorados pelo tempo, e ainda há alguns, geralmente os mais antigos, que se perderam. Na internet, há o acesso à capa e à contracapa do período de um ano, aproximadamente, e o conteúdo está separado em áreas dedicadas a legislação. Apesar dessas restrições, o conteúdo está diariamente atualizado e possui vasto acervo.

Há poucas informações disponíveis na capa e contracapa. Caso haja uma notícia que remeta ao projeto de lei, não há indicações da página onde esse pode ser encontrado no

interior do Diário. Há somente um sumário indicando no interior do Diário as páginas das diferentes seções.

Somente a capa e a contracapa possuem formato atraente, com cores, predominantemente o azul que é a cor oficial da Câmara, e com formatação que é parecida com a de um jornal comercial, em suas colunas e destaques. A capa sempre apresenta fotos ou imagens diversas, embora nem sempre as fotografias sejam atraentes pelo padrão jornalístico, que prioriza imagens de impacto, pois apresenta, muitas vezes, fotografias de prédios e de meios de transporte públicos, ou de reuniões na Câmara, como nas figuras 11 e 12. Em todo seu interior, o texto é corrido, com discursos e leis em ordem cronológica. Essa parte é monocromática e possui papel de qualidade inferior.



CÂMARA MUNICIPAL DO RIO DE JANEIRO

DIÁRIO OFICIAL DO PODER LEGISLATIVO

Ano XXXIV - nº160
8ª Legislatura - 2ª Sessão Legislativa
Quinta-feira, 02 de setembro 2010
R\$1,00

Conheça os principais temas em debate no Legislativo Municipal

Novas vagas para a Educação Infantil

Na sessão plenária de ontem, 1º de setembro, a Câmara do Rio aprovou, em última discussão, o Projeto de Lei nº 701/2010, de autoria do Poder Executivo, que cria em seu quadro permanente de funcionários o cargo de professor de educação infantil e aumenta o contingente para as vagas de agente auxiliar de creche. A matéria prevê a criação de mais de sete mil vagas na Secretaria Municipal de Educação, sendo 3.356 para professores e 3.680 para auxiliares.

Os cargos serão preenchidos mediante aprovação em concurso público ou convocação dos aprovados no último concurso, realizado em 2007, para a vaga de auxiliar de creche, com validade de 2 anos, prorrogáveis por igual período. Os recursos para pagamento desses profissionais serão despendidos conforme estabelecido no orçamento destinado ao Poder Executivo, previsto pela Lei Orçamentária Anual.

Audiência pública discute Pacote Olímpico



A Comissão Permanente de Justiça e Redação e a Comissão Especial da Copa do Mundo de 2014 promovem uma audiência pública na próxima quarta-feira, 8 de setembro, às 10h, no Plenário da Casa, para discussão dos projetos pertinentes ao Pacote Olímpico – conjunto de propostas, de autoria do Poder Executivo, enviadas ao Legislativo Municipal, necessárias à preparação da Cidade para realizar os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016, além da Copa de 2014. Foram convidados para participarem do evento os secretários municipais de Urbanismo, Sérgio Dias, do Desenvolvimento, Felipe Góes, da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016, Ruy Cezar, o Presidente do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), Carlos Arthur Nuzman e o Presidente da ABIH, Alfredo Lopes.

O Pacote Olímpico inclui temas como autorização para o Município integrar, na forma de consórcio público de regime especial, a Autoridade Olímpica – APO, autorização para criação da Empresa Rio 2016, incentivos fiscais à construção e ao funcionamento de instalações destinadas a hotéis, pousadas e resorts, bem como a hotéis-residência situados na região portuária, isenções tributárias ao Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos, entre outras medidas.

A edição de ontem, quarta-feira, 1º de setembro, publicou, para o conhecimento da população, o Projeto de Lei Complementar nº 44/2010 que define parâmetro urbanístico e normas de uso e ocupação do solo, autoriza operação interligada, estabelece incentivos para ampliação da capacidade de hospedagem na Cidade do Rio de Janeiro e autoriza a alienação de imóvel, visando a realização da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016. O projeto também está disponível no site da Câmara: www.camara.rj.gov.br.

Vereadores discutem Plano Diretor



Os vereadores do Rio reuniram-se ontem, quarta-feira, 1º de setembro, na sala da Presidência da Casa, para discutirem sobre o Projeto de Lei Complementar nº 25/2001, que dispõe sobre a Política Urbana do Município, instituindo o Plano Diretor da Cidade. No encontro, os parlamentares definiram a forma de votação da matéria em plenário, assim como, a aprovação das emendas e subemendas. Hoje, os parlamentares participam de nova reunião para análise das emendas ao Plano Diretor de autoria do Poder Executivo.

Homenagem

O vereador Stepan Nercessian entrega nesta quinta-feira, dia 02 de setembro, às 18h 30min, o Conjunto de Medalhas Pedro Ernesto ao cantor e compositor Diogo Nogueira. Antes da cerimônia no plenário, componentes da bateria, assistentes e o casal de mestre-sala e porta bandeira da Portela farão uma apresentação na escadaria da Câmara em homenagem ao artista.

Figura 11



CÂMARA MUNICIPAL DO RIO DE JANEIRO

DIÁRIO OFICIAL DO PODER LEGISLATIVO

Ano XXXIV - nº 204 8ª Legislatura - 2ª Sessão Legislativa Quinta-feira, 11 de novembro 2010 R\$1,00

Conheça os principais temas em debate no Legislativo Municipal

Homenagem



O secretário municipal de Desenvolvimento, Felipe Góes, foi homenageado pela Câmara do Rio na última sexta-feira, 5 de novembro, com a Medalha de Mérito Pedro Ernesto. A iniciativa foi do vereador Adilson Pires (PT). A cerimônia contou com a presença do Prefeito Eduardo Paes, de secretários municipais e do ex-vereador Rogério Bittar.

"Felipe Góes recebe uma homenagem mais do que merecida, pois comanda com a maior competência uma pasta estratégica para a Cidade do Rio de Janeiro. O desenvolvimento econômico será a mota propulsora principal do Rio e do Brasil, e certamente servirá de apoio ao crescimento carioca. Vivemos tempos de especial prosperidade, com a preparação para a Copa de 2014 e para as Olimpíadas de 2016. Tenho certeza de que Felipe Góes continuará conduzindo todo esse processo de maneira exemplar", justificou Adilson Pires.

Aluguel social

Vereadora Tânia Bastos

A vereadora Tânia Bastos (PRB) vistoriou a comunidade Julio Otoni, localizada em Santa Teresa, na terça-feira, 19 de novembro. Acompanhada por moradores, a parlamentar verificou que uma creche particular foi desativada e constatou, ainda, que as vítimas do temporal ocorrido em abril deste ano, o maior em 44 anos, não receberam o auxílio aluguel da Prefeitura do Rio de Janeiro, apesar de o cadastramento ter sido feito na época.

"Esta situação é muito grave. Ainda existe muita terra na área onde houve o deslizamento. Além disso, muitas famílias voltaram para as casas que estão condenadas porque não têm para onde ir. Outras estão desde abril sem receber o benefício, morando com amigos e parentes", observou Tânia Bastos, que telefonou na mesma hora para a subprefeitura do Centro, mas não conseguiu resposta.

A parlamentar encaminhará a demanda ao secretário-chefe da Casa Civil do Município. "Tenho certeza de que vamos conseguir resolver esta situação o mais rápido possível e amenizar a dor desta população que perdeu sua moradia. Conversar com o secretário hoje mesmo e ele me encaminhou para o responsável. Espero poder dar boas notícias para estas pessoas em breve", concluiu ela.

Agora é lei !

▶ Lei Municipal nº 5217/2010, de autoria do Poder Executivo, que cria 3356 vagas para professor de educação infantil, com nível médio completo, mediante aprovação prévia em concurso público de provas e títulos segundo critérios estabelecidos pela Secretaria Municipal de Educação. Com a medida, a categoria de agente auxiliar de creche passará a contar com mais 3682 novos cargos.

▶ Lei Municipal nº 5142/2010, de iniciativa do vereador Jorge Manaiá (PDT) que determina forma de acondicionamento de resíduos residenciais de óleo combustível e gordura vegetal hidrogenada. Para o parlamentar, o acondicionamento do óleo e gordura em garrafas pet facilitará o recolhimento e a sua reutilização, como, por exemplo, para fazer sabão ou para reaproveitamento como combustível.

▶ Lei Municipal nº 5221/2010, de iniciativa do vereador Eider Dantas (DEM), que trata da disponibilização de produtos adequados para higienização das mãos em locais públicos. A Lei Municipal também determina a fixação de cartazes para orientação da população nos banheiros e lavabos. Para o parlamentar, essa é uma forma de evitar o acúmulo de vírus e bactérias nas mãos, reduzindo a contaminação da maioria das doenças contagiosas.

Audiências para discussão da Lei Orçamentária 2011

Conforme publicação na edição de ontem, 10 de novembro do Diário Oficial do Poder Legislativo, uma nova série de audiências públicas serão realizadas no Plenário da Câmara do Rio, dando prosseguimento ao cronograma de discussão sobre o Projeto de Lei nº 737/2010, de autoria do Poder Executivo, que estima a receita e fixa a despesa do município para o exercício financeiro de 2011. A iniciativa é da Comissão Permanente de Finanças, Orçamento e Fiscalização Financeira, presidida pelo vereador Prof. Uóston (PMDB) e que tem como membros os vereadores Jorginho da S.O.S (DEM), vice-presidente, e Andrea Gouvêa Vieira (PSDB), vogal.

Nesta quinta-feira, a Comissão recebe, a partir das 10 horas, os titulares da Secretaria Municipal de Educação e da Empresa Municipal de Multimeios – MultiRio. Amanhã, 12 de novembro, a audiência pública será realizada no Salão Nobre Vereador Antônio Carlos de Carvalho, com a participação do Secretário Municipal de Saúde e Defesa Civil e da Subsecretária de Defesa Civil.

Também já estão agendadas para os dias 17 e 22 de novembro, respectivamente, as audiências públicas para discussão da área de resultados Infraestrutura Urbana II, com a presença dos representantes da Secretaria Municipal de Conservação e Serviços Públicos – Coordenadoria Geral de Conservação, Rio Luz, e Comlurb; e a de Infraestrutura Urbana III com a Secretaria Municipal de Urbanismo e a Secretaria Municipal de Habitação. Ambas serão realizadas no auditório da Casa.

Está prevista outra audiência, no dia 23 de novembro, para discussão do Projeto de Lei nº 738/2010, que estabelece o Cartão Família Carioca, a ser realizada no Salão Nobre Vereador Antônio Carlos de Carvalho.

Figura 12

Mais uma vez, percebe-se que somente há uma preocupação em relação à linguagem voltada para o público em geral naquelas seções elaboradas pela Ascom - a capa e a contracapa. Nessas há uma linguagem simples e atraente para o público comum, porém no interior do Diário, a publicação segue um vocabulário composto essencialmente de termos jurídicos e não há qualquer interpretação sobre os significados dessas leis.

No Diário Oficial, não há qualquer estímulo para que o público dê sua opinião. Dessa maneira, percebe-se que as mudanças neste veículo dependem exclusivamente dos interesses e percepções de seus emissores: a Ascom e a Mesa Diretora da Câmara. O acesso na área de gestão pode ser resumido na tabela:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	incompleto	inexistente	1
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	inexistente	0
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minoría	nenhum	1
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minoría	nenhuma	1
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	nenhum	0

b) Área de Prestação de Contas

Na biblioteca da Câmara estão os Diários Oficiais desde a inauguração da Câmara em 1977. Como foi anteriormente mencionado, alguns desses textos estão deteriorados pelo tempo ou perdidos. Contudo, no caso da prestação de contas, há uma dificuldade maior, pois não são todos os Diários que apresentam essas informações. Não há uma periodicidade específica que facilite o acesso aos dados do passado sobre o tema.

Os títulos do sumário do início do Diário Oficial auxiliam a sobre prestação de contas, porém, nem sempre deixam evidente que determinada seção está relacionada ao referido tema. Por exemplo, não é óbvio para toda a população que o título “Expediente Despachado” pode se referir a convênios estabelecidos entre diversas empresas e a Câmara Municipal, o que leva à necessidade de uma consulta completa do leitor ao veículo para compreender onde está a informação que deseja. Logo, o acesso a dado demandados pode ser dificultado e até levar à desistência pela busca por parte dos leitores.

A respeito das informações existentes sobre prestação de contas, elas consistem principalmente em textos e tabelas monocromáticas que informam a produção ou os gastos de determinado setor. Esses dados não se destacam do resto do interior do Diário. Além disso, a prestação de contas no Diário Oficial apresenta linguagem jurídica, pois nele são reproduzidos contratos, editais e documentos oficiais que, normalmente, utilizam-se de termos formais, de difícil compreensão para os cidadãos comuns. Portanto, os formatos desse meio não possuem características que os tornem atraentes.

Não há estímulos a manifestação popular sobre as prestações de contas. Há telefones e o e-mail de contatos da Ouvidoria e da Assessoria de Comunicação, mas não existem mensagens incentivando a participação. Portanto, a prestação de contas ocorre formalmente com a publicação de documentos oficiais, mas não responde à opinião pública. O acesso dessa área pode ser classificado do seguinte modo:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	incompleto	inexistente	1
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	inexistente	2
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minoría	nenhum	0
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minoría	nenhuma	1
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	nenhum	0

c) Área de Utilidade Pública

Em relação aos temas de utilidade pública, não há banco de dados definido, uma vez que informes dessa natureza tem frequência irregular no Diário Oficial. Tampouco há indicação no sumário de que existem essas informações. Os formatos dos anúncios de utilidade pública, geralmente, apresentam gráficos ou fotos que buscam chamar a atenção do público, assim como uma linguagem simples e direta, apesar de serem monocromáticos como todo o interior do Diário. Contudo, não há estímulos para que a população manifeste sua opinião sobre os serviços. Portanto, apresentam os seguintes aspectos:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	Incompleto	inexistente	0
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	inexistente	0
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minoría	nenhum	2
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minoría	nenhuma	2
estímulo a dar opinião	muitos	Poucos	nenhum	0

d) Área de Dados Públicos

Em termos de acesso aos dados públicos, o arquivo dos Diários Oficiais é, prioritariamente, uma forma de preservar esses dados que serão bases legais para o funcionamento da sociedade. Ele está localizado na biblioteca da Câmara e, apesar da ausência de alguns exemplares pela perda ou dano desses veículos de papel, a completude do banco de dados é satisfatória.

Na primeira página de cada Diário Oficial há um sumário que indicaria as páginas em que se encontram dados públicos. Entretanto, a associação entre os títulos das diferentes seções e seu conteúdo não é necessariamente óbvia. Por exemplo, na seção “Atos da Câmara” são apresentados decretos legislativos. Assim sendo, as orientações existem, mas não é o suficiente para esclarecer totalmente o leitor em sua busca por informações.

Os dados públicos, no Diário Oficial, são apresentados por meio da completa transcrição de normas municipais. Geralmente, são textos extensos, monocromáticos, com a linguagem formal e com termos jurídicos. Esses aspectos dificultam a leitura para o público em geral, que deveria ser o principal público-alvo, segundo a assessora-chefe da Ascom. Existe a tentativa de despertar o interesse desses leitores por meio da capa, que apresenta alguns dados com uma linguagem mais simples, com o uso de manchetes, e, às vezes, com imagens coloridas.

Os dados públicos considerados mais relevantes pela Ascom são interpretados, na capa do Diário Oficial, para uma linguagem mais jornalística, direta e simples, comum para a maioria da população. Contudo, isso ocorre com a menor parte desses dados, uma vez que o

espaço da capa é muito limitado e também se refere a outros temas.

Não há qualquer estímulo para que os cidadãos manifestem sua opinião sobre dados públicos no Diário Oficial da Câmara. Todo contato que os leitores podem encontrar são os telefones e e-mail da ouvidoria da Câmara e da Ascom que estão localizados na contracapa, sem nenhuma mensagem que incentive essa comunicação. Por todas as características apresentadas, o acesso na área de dados público ocorre no seguinte padrão:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	incompleto	inexistente	2
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	inexistente	1
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minorias	nenhum	1
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minorias	nenhuma	1
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	nenhum	0

3) INTERAÇÃO

O relacionamento entre a instituição e seus públicos é analisado neste eixo, de forma a apurar o diálogo e a participação externa nos serviços e produtos da Câmara. Avaliemos como essa interação ocorre em cada área no Diário Oficial.

a) Área de Gestão

Nesta área sobre a deliberação parlamentar, as únicas oportunidades de comunicação do público com os responsáveis pela elaboração do Diário Oficial são por meio do telefone e do site da Câmara ou do e-mail da Assessoria de Comunicação, todos esses divulgados na contracapa. Não há qualquer parte nesse instrumento que divulgue as comunicações recebidas, logo, praticamente, a participação externa não influencia no que é publicado nesse meio. A baixa possibilidade de diálogo é comuns nos jornais impressos comerciais, mas no Diário essa oportunidade praticamente inexistente.

Não há uma filtragem sobre quais e-mails ou telefonemas se referem especificamente ao Diário, o processo ocorre como qualquer outra comunicação recebida na Assessoria de Comunicação: há um funcionário exclusivamente dedicado a responder os telefonemas e e-mails, que entra em contato com outras áreas, se necessário. Contudo, por meio do Diário, não é publicado nenhum tipo de resposta ao público, como poderia ser realizado em um espaço para mensagens do leitor.

Não há participação do público em geral na criação de produtos e serviços relacionados ao Diário. Todas as decisões nessa área são tomadas pela Assessoria de Comunicação, que pode sofrer influência de preferências pessoais ou da disponibilidade de fontes, como vereadores interessados em dar maior destaque a um projeto de lei que defendem. Nesses casos, há a comunicação de um gabinete para a Assessoria relatando o debate ou a aprovação de um projeto de lei que é considerado relevante para a sociedade por esse vereador. Caso a Assessoria concorde com essa relevância, esse conteúdo pode tornar-se a capa do Diário. Esse processo pode influenciar muito as capas, uma vez que os projetos discutidos na Câmara são muitos e essa triagem prévia vinda do gabinete aumenta a possibilidade de que a matéria informada seja destaque na capa. Portanto, critérios alheios à Comunicação Pública interferem neste aspecto.

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	0
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minoría	nenhuma	0
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minoría	nenhuma	0

b) Área de Prestação de Contas

Não há meios para a participação popular diretamente na prestação de contas no Diário Oficial. É comum, em jornais comerciais, ser dedicado uma parte para a opinião dos leitores, contudo, no Diário, não há como os indivíduos se manifestarem em nenhuma seção do veículo. Como não há um modo de contato com os responsáveis pela área de prestação de contas, logo, não há o recebimento de respostas sobre o tema.

Novamente a inexistência de um canal direto de comunicação impede a participação popular, e prejudica sua influência na elaboração de produtos e serviços.

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	0
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minoría	nenhuma	-
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minoría	nenhuma	0

c) Área de Utilidade Pública

As informações de utilidade pública indicam telefones de instituições que seriam importantes para a sociedade, mas não há oportunidade para que indivíduos se manifestem sobre os serviços oferecidos, ou sobre quais eles gostariam de conhecer mais. Assim, não há participação popular para definir produtos e serviços anunciados.

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	0
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minoría	nenhuma	-
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minoría	nenhuma	0

d) Área de Dados Públicos

Observando o Diário Oficial, percebemos que nenhum dos aspectos analisados como formas de interação (oportunidade de fala, recebimento de respostas e participação na criação de produtos e serviços) são realizados na área de dados públicos. Não há espaços reservados para a opinião da população sobre os projetos ou leis publicados, portanto não há recebimento de respostas sobre esse tema ou participação da população na criação de novos produtos ou serviços relacionados a Dados Públicos.

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	0
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minoría	nenhuma	-
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minoría	nenhuma	0

De acordo com as informações colhidas, medimos o percentual de incidência dos eixos nas áreas de atuação em relação ao Diário Oficial da Câmara Municipal do Rio de Janeiro. Esses dados podem ser resumidos na tabela a seguir:

Instrumento	Eixo	Tema	Público	Incidência
Diário Oficial	Transparência	De Gestão	Cidadãos, Vereadores, Imprensa e Órgãos Públicos	75%
		De Utilidade Pública	Cidadãos	50%
		Prestação de Contas	Cidadãos, Vereadores, Imprensa e Órgãos Públicos	62,5%
		Dados Públicos	Cidadãos, Vereadores, Imprensa e Órgãos Públicos	62,5%
	Acesso	De Gestão	Cidadãos, Vereadores, Imprensa e Órgãos Públicos	30%
		De Utilidade Pública	Cidadãos	40 %
		Prestação de Contas	Cidadãos, Vereadores, Imprensa e Órgãos Públicos	40 %
		Dados Públicos	Cidadãos, Vereadores, Imprensa e Órgãos Públicos	50 %
	Interação	Institucional	Cidadãos, Vereadores, Imprensa e Órgãos Públicos	0 %
		De Gestão	Cidadãos	0 %
		Prestação de Contas	Cidadãos, Vereadores, Imprensa e Órgãos Públicos	0 %
		Dados Públicos	Cidadãos, Vereadores, Imprensa e Órgãos Públicos	0%

Observando o quadro, percebemos que o Diário Oficial apresenta maior incidência no eixo de transparência, semelhante ao que ocorre no site da Câmara. O eixo de interação, que já era limitado no site, no Diário torna-se inexistente. Nesse aspecto, o formato desse veículo de comunicação pode ser um fator que contribui para essa deficiência. Por ser um meio impresso diário que, prioritariamente, descreve ações e discursos dos parlamentares, há limitações de espaço para representar a opinião de leitores, mas que, de qualquer forma, poderiam ter uma seção que a apresentasse.

O espaço restrito também prejudica a publicação de mais informações sobre os vereadores e sobre gastos públicos dos processos decisórios, restringindo-se a divulgar os dados mais recentes e, na capa, os que são mais atraentes segundo padrões jornalísticos. Desse

modo, diferente do site da Câmara, não enfoca tanto temas gerais, como os institucionais, mas notícias atualizadas sobre gestão, prestação de contas, utilidade pública e dados públicos.

Por outro lado, o Diário aproxima-se do veículo virtual ao excluir pesquisas de opinião para sua elaboração, reafirmando a autonomia dos vereadores e da Assessoria de Comunicação para preparar os instrumentos comunicacionais da Câmara. Portanto, caso fosse priorizado, outros temas que promoveriam a Comunicação Pública, como informações institucionais, de interesse privado, mercadológicos poderiam ser abordados, com ênfases diferentes, já que o número de páginas do Diário é variável. Vejamos a seguir se essa possibilidade é concretizada no terceiro e último veículo da Assessoria de Comunicação da Câmara dos Vereadores: o Twitter.

3.3.5 O Twitter da Câmara Municipal

3.3.5.1 Estrutura

O Twitter da Câmara Municipal pode ser acessado por meio de um link no site da instituição, ou diretamente pelo endereço eletrônico <http://twitter.com/#!/camarario>. Ele possuía, até abril de 2011, mais de 1.000 seguidores e seguia mais de 200 twitters (Figura 13). Entre os seguidores, existe enorme diversidade, contando com políticos e jornalistas, mas em sua maioria composta por anônimos. Entre os perfis selecionados para serem seguidos pela Câmara Municipal estão, em grande parte, órgãos públicos, políticos e midiáticos, além de personalidades políticas e alguns jornalistas. Existem poucos anônimos nessa parte.



Figura 13

As mensagens do Twitter são enviadas pela assessora Anette, durante os dias de semana, não necessariamente de seu ambiente de trabalho. A funcionária explica que tenta atualizá-lo com a frequência típica desse meio – várias vezes por dia, mesmo que para isso tenha que enviar mensagens de sua casa, mas às vezes não tem tempo. Isso esclarece que a funcionária tem ciência da lógica desse veículo. Também não havia atualizações durante as férias da assessora e do recesso legislativo. Isso pode ser confirmado, quando percebemos que durante todo o ano de 2010, só houve 86 mensagens no Twitter da Câmara, e as ausências convergiam com o recesso legislativo e há espaço de dias entre várias mensagens, apesar de também haver o envio de várias mensagens em um mesmo dia.

O conteúdo das mensagens varia entre decisões legislativas e eventos promovidos pelos vereadores. Frequentemente, faz-se menção a uma notícia sobre leis ou sobre discussões parlamentares que estão mais detalhadas no site, e por isso, quase sempre há um link que remete à seção de notícias do site, ou para a capa do Diário Oficial que também é veiculada no site. (figura 14) Isso seria uma forma do público saber mais sobre o assunto.



Figura 14

Há também postagem de mensagens relativas aos resultados de votações legislativas, que remete à área de dados públicos. Quando há decisões importantes a serem tomadas, geralmente são elucidadas as causas, os votos, as emendas e seus motivos no mesmo dia, como se fosse um texto maior e contínuo, diferente das características das mensagens de twitter, que devem ter no máximo 140 caracteres. Porém, como as mensagens mais atuais são destacadas na parte superior, para a compreensão do texto, o leitor deve iniciar sua leitura da parte inferior da tela, ou pode realizar uma interpretação equivocada. (Figura 15)



Figura 15

3.3.5.2 Análise

Os dados adquiridos pela observação direta da autora e por entrevista com a Assessora-Chefe da Ascom, Anette Silva, foram a base para esta análise. Por meio deles, consideramos que o Twitter da Câmara Municipal remete somente às áreas de Gestão, de Utilidade Pública e de Dados Públicos, logo não aborda a área Institucional, de Prestação de Contas, de Interesse Privado e de Mercadologia, que seriam relevantes para o exercício da Comunicação Pública. Avaliemos então como isso ocorre.

1) TRANSPARÊNCIA

Esse eixo, no Twitter apresenta menor incidência que nos outros meios de comunicação da Câmara analisados previamente neste estudo. Isso não invalida o fato de ser esse eixo, novamente, que apresenta maior incidência em relação aos demais. Vejamos como isso ocorre.

a) Área de Gestão

Essa área de gestão, dedicada à comunicação que envolve os debates parlamentares para a tomada de decisões políticas, e a aprovação de leis consequente deles, da área de dados públicos, compõem a maioria dos conteúdos tratados no Twitter da Câmara Municipal, uma vez que, no ano de 2010, das 86 mensagens que foram publicadas, apenas 22 não se relacionavam a esses temas. Os públicos-alvo principais, pelo depoimento da assessora-chefe da Ascom, seriam os cidadãos, a mídia e os políticos, o que corresponde aos públicos de seguidos e seguidores dessa ferramenta. Suas características serão mais bem avaliadas pela subsequente análise dos eixos.

As mensagens publicadas quase sempre se referem a fatos e eventos que aconteceram no mesmo dia, ou que ainda vão ocorrer. No entanto, a periodicidade e o conteúdo de novas mensagens dependem da disponibilidade da funcionária responsável por fazê-lo. Essa centralização compromete a escolha e a atualização das notícias. O intervalo entre as mensagens, frequentemente, é de alguns dias, o que não compromete a atualidade sobre os debates e sobre as leis que estão sendo aprovadas, uma vez que essa temática geralmente se desenvolve de maneira paulatina. Contudo, comparado à lógica dos usuários de Twitter, que leem e publicam várias mensagens por dia, essa demora na divulgação de novidades pode gerar desinteresse e a impressão de que o twitter está desatualizado.

As mensagens no Twitter estão no formato padronizado dessa ferramenta. Não há qualquer diferença em relação a twitters de qualquer indivíduo, porém a tentativa de continuar com o mesmo texto em diferentes mensagens às vezes dificulta a compreensão, uma vez que demanda do leitor a leitura de diversas mensagens anteriores para compreender o assunto abordado. Isso, contudo, não é fator grave, pois os usuários desse meio compreendem a ordem com que as informações são exibidas, pois todos funcionam da mesma forma.

Não há nenhum espaço no Twitter dedicado a prestar informações sobre o cotidiano dos vereadores. Alguns desses políticos estão no Twitter da Câmara como seguidores ou seguidos, mas o conteúdo de suas mensagens é de responsabilidade deles. No entanto, quando alguma ação de um representante é considerada relevante para a sociedade pela Assessora-chefe, o nome desse proponente é destacado nas mensagens publicadas por ela. Como no site e no Diário Oficial, as informações gerais da instituição são privilegiadas em vez de notícias personalizadas.

As informações do plenário na área de gestão são parcialmente divulgadas, de acordo com as opiniões da assessora-chefe sobre sua importância. Considerando o pequeno número de mensagens durante todo o ano de 2010 (86) e o tamanho máximo do texto que pode ser postado no twitter (140 caracteres) percebemos a incompletude na publicação de informações sobre prestação de contas da área de gestão por essa ferramenta, pois em tão poucas mensagens não é possível abranger tema tão amplo como a gestão econômica no cotidiano de uma grande cidade como o Rio de Janeiro. Uma tentativa para fazer essa prestação ocorre pelos poucos links (menos de cinco) que remetem ao Portal da Transparência do site da Câmara que apresenta diversas contas do município. Pelo exposto, as características de transparência da área de Gestão podem ser resumidas no seguinte quadro:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	2
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	2
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	0
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	1

b) Área de Utilidade Pública

Durante o ano de 2010, um pouco mais de 25% das mensagens do Twitter da Câmara Municipal tiveram como tema notícias de Utilidade Pública. Essas divulgavam orientações sobre diversos serviços públicos disponíveis aos cidadãos e diversos outros assuntos, os quais foram mencionados por vereadores em seus discursos e/ou foram bases para o lançamento de

novos projetos de lei. Nesse contexto, incluem-se também menções a homenagens a personalidades e convites para palestras, fóruns e eventos diversos promovidos pela Câmara ou por um de seus vereadores. Os públicos para esse tipo de comunicação seriam principalmente a população em geral e a mídia. Vejamos como as idiossincrasias dessa área podem ser avaliadas de acordo com a classificação proposta para a transparência.

A atualidade das mensagens varia de acordo com seu conteúdo: as homenagens são sempre mencionadas como um evento que ocorreu no passado, destacando como ocorreu a cerimônia e quem esteve presente à ocasião. Os projetos de lei de interesse popular são anunciados como fato presente, pois os debates parlamentares para aprovação de leis são processos de longa duração, logo, durante meses essa notícia estará atualizada, até que ocorra uma decisão final sobre o tema. A promoção de serviços públicos ou de eventos é divulgada, geralmente, dias antes de seu início, ou no dia em que começam, sendo essas as informações que mais facilmente, após um curto período de tempo, tornam-se ultrapassadas. Dessas diversas formas, as mensagens podem ser consideradas atuais.

O padrão da forma como as mensagens são dispostas no twitter não é modificado. Dessa forma, as informações seguem a lógica cronológica para separar as informações. Esse formato é comum para os usuários desse meio e não gera maiores complicações para o acesso.

Não é dedicado espaço para a divulgação de dados sobre os representantes. No caso das informações de utilidade pública, diferentemente da área de gestão, há uma omissão dos nomes dos parlamentares que levantaram o debate sobre o tema da mensagem, e daqueles que fizeram a homenagem. O foco está sobre a importância do assunto para a população e sobre aqueles que foram homenageados. Os vereadores responsáveis por esses atos somente podem ser identificados caso o leitor das mensagens do twitter acesse o link, que existe na maioria dos casos, que o leva para o site da Câmara onde se fornecerá mais explicações. Tampouco há mensagens sobre prestação de contas em relação às atividades de utilidade pública por meio do Twitter.

A transparência da área de Utilidade Pública pode ser resumida na tabela a seguir:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	2
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	2
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	0
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	0

c) Área de Dados Públicos

Conforme foi supracitado, essa área, em conjunto com a de gestão, está relacionada com a maioria das mensagens publicadas no Twitter da Câmara. Trata-se da divulgação das decisões tomadas em âmbito legal na instituição, que geram novas leis para a sociedade. Passemos para a análise de como a transparência dessa área é abordada nesse meio virtual.

As leis aprovadas na Câmara são divulgadas no twitter geralmente no mesmo dia, ou pouco tempo depois que se tornam oficiais. Esse intervalo de tempo, entretanto, no twitter é considerado longo, pois esse meio é caracterizado pela instantaneidade, pela publicação dos fatos no momento em que eles ocorrem. Logo, podemos considerar que as informações de dados públicos não são totalmente atualizadas. A disposição das mensagens do Twitter da Câmara segue o padrão desse meio de modo geral. Portanto, seus usuários encontram a organização à qual já estão habituados.

Como previamente mencionado, os vereadores possuem um espaço no Twitter somente se são seguidores ou são seguidos pela Câmara. Se estiverem neste campo, eles terão suas páginas particulares vinculados de certa forma ao Twitter da Câmara. O nome de um desses representantes é mencionado, na área de dados públicos, quando se relata o proponente de uma lei aprovada.

A relação dos custos das decisões parlamentares pouco é mencionada no Twitter da Câmara. Quando isso ocorre, remete a novas prestações de contas que são divulgadas no site da instituição, porém, considerando o pequeno número de mensagens durante todo o ano de 2010 (86), percebe-se a incompletude dessa prestação em relação à atividade decisória parlamentar. Portanto, os aspectos de transparência da área de Dados Públicos podem ser

representados pelo seguinte quadro:

TRANSPARÊNCIA

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
atualidade das informações	atualizada	eventualmente atualizada	desatualizada	1
disposição das informações	organizada	dispersa	difícil localização	1
informações sobre os representantes	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	1
prestação de contas	completa e atualizada	incompleta e desatualizada	inexistente	1

2) ACESSO

a) Área de Gestão

Essa área de debates parlamentares pode ser observada na página principal do Twitter da Câmara, onde qualquer pessoa é capaz de visualizar desde a primeira mensagem publicada, basta que mova o cursor na barra lateral para baixo. As mensagens possuem as datas em que foram divulgadas. Não há, contudo, o armazenamento dos conteúdos aos quais os links das mensagens se referem, dependendo dos sites aos quais eles pertencem para sua manutenção. Consequentemente, o banco de dados estará sempre incompleto uma vez que ele depende de outros meios virtuais diferentes do twitter.

Não há separação por temas no Twitter da Câmara, assim como em qualquer outro twitter. As informações são diversas e estão dispersas e, deste modo, não há orientações de como encontrar mensagens sobre um determinado assunto. Neste contexto, essa orientação para pesquisas é limitada pelo formato do instrumento de comunicação.

O twitter é um meio que apresenta poucas formas de diferenciação, sendo a linguagem seu principal artifício para atrair a atenção. A linguagem simples e direta das mensagens da Câmara, e que convida à busca por mais informações em outros meios, é um atrativo para aqueles que se interessam pelo seu tema, e são levados a acessar links relacionados nelas, caso haja.

Quase todas as mensagens apresentam-se com linguagem popular, porém formal,

mesmo aquelas que se referem à atividade legislativa, que costuma ter linguajar mais complexo. Dessa forma, temas longos e complicados, como debates legislativos, são resumidos em poucas palavras, remetendo-se ao seu essencial.

No Twitter, de forma geral, as opiniões são emitidas nas páginas de cada pessoa, logo, não estão expostas no Twitter da Câmara. Porém, as mensagens de outros twitters poderiam ser exibidas, como é comum nesse meio. Segundo a assessora de comunicação e como pode ser observado no conteúdo das mensagens, a opinião alheia não é considerada para que haja referências a elas no twitter ou para que modifique os temas abordados nas mensagens oficiais. Consta-se que o acesso a temas de gestão pode ser considerado da seguinte forma:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	incompleto	inexistente	1
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	inexistente	0
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minoría	nenhum	2
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minoría	nenhuma	2
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	nenhum	0

b) Área de Utilidade Pública

Como no caso das informações sobre gestão, todas as mensagens sobre utilidade pública estão acessíveis na página principal do Twitter da Câmara, qualquer pessoa é capaz de visualizar desde a primeira mensagem publicada, bastando que visualize a parte inferior da página. As datas de sua divulgação permanecem, mas o acesso aos links expostos depende dos sites aos quais eles pertencem, portanto, o arquivamento das notícias é parcial e incompleto.

As mensagens de utilidade pública estão entre outras de outras áreas, sem que haja qualquer forma de separá-las das demais, ou de realizar uma busca filtrada sobre isso. Isso decorre também do formato padrão do twitter, que não é separado por temas.

Como exposto anteriormente, o Twitter é um meio muito uniforme, no qual atração deve ser feita por meio da linguagem. As mensagens de utilidade pública são curtas e

remetem a uma mudança no cotidiano do cidadão, ou uma oportunidade de participação em eventos. As informações aparecem como manchetes de jornal, diretas e chamativas, e ao lado, geralmente, apresentam o link para que o indivíduo saiba mais sobre o assunto.

Todas as mensagens apresentam uma linguagem simples e concisa, o que facilita a compreensão do público em geral, mesmo aquelas que se referem a temas mais complexos, que serão abordados em profundidade somente nos sites que contém a matéria completa. Contudo, não há formas de um indivíduo manifestar sua opinião no Twitter da Câmara e as críticas e os elogios, que podem ser realizado nos twitters pessoais daqueles que acompanham as notícias da Câmara, não são fomentados pelas mensagens da instituição. Não há estímulos para que a opinião pública se manifeste por esse meio. Em resumo, o acesso aos temas de utilidade pública é assim classificado:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	incompleto	inexistente	1
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	inexistente	0
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minorias	nenhum	2
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minorias	nenhuma	2
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	nenhum	0

c) Área de Dados Públicos

O arquivo de informações sobre dados públicos segue as características das outras áreas. Todas as mensagens já divulgadas pelo Twitter da Câmara estão disponíveis em sua página principal. A completude desses dados é comprometida devido à incapacidade dessa ferramenta de armazenar o conteúdo dos links aos quais se referem. As informações sobre dados públicos estão difundidas entre as outras mensagens, pois não há separação por temas no twitter, nem ferramentas de busca. Portanto, a capacidade de pesquisas é limitada pelo formato do instrumento de comunicação.

O twitter utiliza-se da linguagem como principal artifício para atrair a atenção. O Twitter da Câmara segue esse padrão e usa mensagens simples e diretas que fomentam a leitura do público geral e o direcionam para os links para notícias mais completas. A forma utilizada para atrair o público do twitter contribui para interpretar as informações sobre dados públicos. As mensagens são simples e facilitam a compreensão sobre as decisões parlamentares, uma vez que textos legais são, geralmente, de difícil compreensão para a maioria das pessoas. Essa característica auxilia o acesso de dados públicos a toda a sociedade.

As mensagens do Twitter da Câmara não estimulam que seus leitores deem sua opinião. Não há referência nesse meio a mensagens de outros twitters pessoais. Os dados públicos que são divulgados não são debatidos neste instrumento de comunicação. O acesso, então, nessa área de dados públicos, consiste no seguinte quadro:

ACESSO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Banco de dados ou arquivos para obter informações	completo	incompleto	inexistente	1
orientação de como buscar informações	visível e organizada	dispersa e confusa	inexistente	0
formatos que despertam a atenção	todos ou predominante	minorias	nenhum	2
informação interpretada para o público	todas ou predominante	minorias	nenhuma	2
estímulo a dar opinião	muitos	poucos	nenhum	0

3) INTERAÇÃO

Esse eixo de diálogo, no twitter da Câmara apresenta graves deficiências que poderiam ser alteradas pela vontade política da Mesa Diretora ou da Ascom. Vejamos como a interação é apresentada nos temas abordados pelo twitter.

a) Área de Gestão

Nessa área, não é apresentada a fala de qualquer indivíduo ou instituição no Twitter da Câmara. Esses somente podem emitir suas opiniões em seus próprios twitters, não sendo mencionados neste meio analisado. Uma vez que não são considerados pela Ascom os

questionamentos relacionados à Câmara presentes em outros twitters, mesmo que sejam de seguidores, não há a preocupação com elaborar respostas a eles.

Não há relevância de qualquer público na criação de produtos e serviços relacionados ao Twitter da Câmara. Eles surgem de acordo com a percepção da Assessoria de Comunicação e da Mesa Diretora sobre o que seria adequado e atraente nesse meio. Logo, não há aspectos de interação nesta área.

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	0
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minorias	nenhuma	0
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minorias	nenhuma	0

b) Área de Utilidade Pública

Os desdobramentos das mensagens do Twitter da Câmara em seu público não são explicitados nesse meio. Não há espaço para a opinião alheia no uso proposto do twitter pela instituição parlamentar, uma vez que mensagens de outros twitters não são publicadas. A consequência de não haver um canal para que outros possam expressar suas opiniões sobre o Twitter da Câmara implica a inexistência de respostas concedidas.

Não existe participação do público na elaboração dos produtos e serviços do Twitter da Câmara. A Assessoria de Comunicação divulga o que considera relevante na opinião, principalmente, da assessora-chefe Anette, por ser a responsável exclusiva por publicar as mensagens. Portanto, a interação também não ocorre nesta área.

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	0
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minoría	nenhuma	0
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minoría	nenhuma	0

c) Área de Dados Públicos

Em resumo, no âmbito dos dados públicos no twitter, não há aspectos de interação, como oportunidade de fala, envio de respostas ou participação do público na criação de produtos e serviços. Não há aparente referência à opinião dos twitters que são seguidos ou dos seguidores, e é confirmado pela assessora da Ascom que eles não modificam a pauta do Twitter da Câmara. O esquema desse eixo também é zerado.

INTERAÇÃO

Tópicos - Quesitos	Completo ou Satisfatório 2	Incompleto ou Insatisfatório 1	Inexistente 0	Classificação
Oportunidade de fala	muitas	poucas	nenhuma	0
Recebimento de respostas	todos ou predominante	minoría	nenhuma	0
Participação na criação de produtos e serviços	todas ou predominante	minoría	nenhuma	0

Segundo os dados levantados, podemos medir o percentual de incidência dos eixos nas áreas de atuação em relação ao Twitter da Câmara Municipal do Rio de Janeiro seguindo a tabela a seguir:

Instrumento	Eixo	Tema	Público	Incidência
Twitter	Transparência	De Gestão	Cidadãos, Políticos Imprensa e Órgãos Públicos	62,5%
		De Utilidade Pública	Cidadãos, imprensa	50%
		Dados Públicos	Cidadãos, Políticos Imprensa e Órgãos Públicos	50%
	Acesso	De Gestão	Cidadãos, Políticos Imprensa e Órgãos Públicos	50%
		De Utilidade Pública	Cidadãos, imprensa	50 %
		Dados Públicos	Cidadãos, Políticos Imprensa e Órgãos Públicos	50 %
	Interação	Institucional	Cidadãos, Políticos Imprensa e Órgãos Públicos	0 %
		De Gestão	Cidadãos, imprensa	0 %
		Dados Públicos	Cidadãos, Políticos Imprensa e Órgãos Públicos	0%

Da análise geral do Twitter da Câmara municipal, compreendemos que esse meio demonstra a preocupação de seus formuladores com a transparência e com o acesso. O objetivo de ter meios de comunicação transparentes também foi elucidado nas averiguações sobre o site e o diário oficial, mas no twitter igualmente emergem as ferramentas para facilitar o acesso do público às informações.

A linguagem simples e direta que é adequada ao twitter aumenta a possibilidade de acesso às informações ao público geral, pois facilita a compreensão de temas complexos como frequentemente são as discussões parlamentares. Em contraste, o modo personalista como é realizada a comunicação do twitter não é bem aproveitado como forma de interação. Não há uma análise por parte da Ascom dos comentários em outros twitters sobre as mensagens do Twitter da Câmara. Dessa forma, a opinião popular não influencia nos assuntos

divulgados, resultando na centralização das decisões na Assessora-chefe, que é a responsável pelas postagens, e em suas concepções sobre a relevância dos fatos e eventos que devem chegar a conhecimento público. Em consequência, como o Site e o Diário Oficial, o Twitter é elaborado como um veículo com fluxo de mensagens prioritariamente unilateral.

O formato do twitter dificulta a constituição de um banco de dados, pois o acesso a muitas informações, que estão exibidas por meio de links nas mensagens postadas, depende de diferentes sites para mantê-las online. A organização de temas e a publicação de informações sobre os vereadores e sobre gastos públicos, também, pela estrutura desse instrumento, é de difícil realização. Entretanto, outros temas, importantes para a Comunicação Pública, como assuntos institucionais, de prestação de contas, de interesse privado, mercadológicos poderiam ser abordados nas mensagens do Twitter da Câmara, não havendo impedimentos pelo modelo da ferramenta ou por censura da Casa Legislativa.

Na análise dos três veículos produzidos pela Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal do Rio de Janeiro - o Site, o Diário Oficial e o Twitter - podemos encontrar coincidências e diferenças em seus objetivos, formas de atuação e conteúdos. Esses aspectos devem ser enfatizados para que importantes características da Comunicação Pública da Câmara sejam ressaltadas.

3.3.6. Conclusões sobre o estudo de caso

Por meio da análise das características apresentadas do site, do diário oficial e do twitter da Câmara Municipal do Rio de Janeiro percebemos aspectos comuns a esses meios. Apesar de encontrarmos diversos dados importantes ao longo deste estudo, destacaremos os quatro atributos considerados pela autora como mais relevantes para uma comparação com os conceitos básicos da Comunicação Pública.

a) Limitação de Temas

Nenhum dos instrumentos de comunicação da Câmara de vereadores aborda todos os temas que seriam importantes para a população, segundo modelos de Comunicação Pública. No site, temas mercadológicos, de utilidade pública e de interesse privado não são apresentados. O formato desse meio, que permite a exibição de conteúdos praticamente ilimitada, favoreceria que todos os assuntos importantes para a população, relacionados ao

poder municipal, fossem abordados.

Em relação ao Diário Oficial, essa lacuna ocorre na área institucional, de interesse privado e mercadológico. Pode-se alegar a rigidez desse veículo, por ser um periódico de papel, porém, uma vez que o número de páginas e a estrutura do Diário são variáveis, as informações excluídas poderiam estar presentes, mesmo que de forma abreviada. No Twitter há uma flexibilidade ainda maior, não há limites de quantas mensagens podem ser publicadas em um mesmo dia, ou dos temas tratados nessas. Links para diversos sites também permitem que a variedade dos assuntos seja ampla e irrestrita. Deste modo, não é justificável a ausência de temas institucionais, mercadológicos, de prestação de contas e de interesse privado, como ocorre no twitter da Câmara, por seu formato.

A explicação para a ausência de temas, então, não é explicada pela limitação dos meios, que estão subutilizados neste aspecto temático. Os motivos para essa supressão estão relacionados aos modelos de comunicação ideal da Assessoria de Comunicação e da Mesa Diretora da Câmara, que são os idealizadores e atualizadores dos meios de comunicação da instituição. Verificamos a ênfase, em todos os casos, em informações sobre dados públicos e gestão, o que demonstra que a instituição avalia que esses temas são de grande importância para o público. As áreas apresentadas poderiam ser modificadas ou incrementadas, caso fossem consideradas concepções sobre a abrangência da Comunicação Pública necessária para estabelecer um diálogo no campo político entre os representantes e seus públicos.

Outra possibilidade de alteração da realidade da comunicação da Câmara seria por meio da instituição de ferramentas que supram a deficiência nos eixos de interação e de pesquisa de opinião em todos os veículos institucionais analisados. Dessa forma, as decisões sobre os conteúdos e sobre os serviços oferecidos poderiam coadunar-se com os desejos e interesses dos diversos públicos desses instrumentos. A identificação de quais são esses públicos também é outro ponto que merece destaque.

b) A identificação do Público

Ao longo da entrevista realizada com a assessora Anette, a funcionária afirmou que o principal público dos meios de comunicação da Câmara dos Vereadores era a população da cidade do Rio de Janeiro. Esse direcionamento pode ser manifesto pela divulgação direta de informações de interesse público nos veículos institucionais, ou, de forma indireta, com o envio de informações para a mídia, a fim de que possam tornar-se pauta para veiculação em grandes empresas de notícias, e, logo, atingir toda a sociedade.

Por meio da observação direta, foram revelados diversos fatos que são, de certo modo,

contraditórios a esse objetivo de alcançar o público em geral. Primeiramente, as escassas possibilidades de interação diminuem as chances de atingir completamente as expectativas da sociedade. Ademais, todos os meios, online ou não, seguem antigos padrões de meios de comunicação de massa, com mensagens de um para todos e pouca participação do público. Por fim, não há investimento na divulgação sobre a existência dos meios de comunicação da Câmara fora dos próprios meios, que remetem uns aos outros. O Diário Oficial somente é distribuído em uma banca de jornal em toda a cidade e em um setor no interior da Câmara Municipal.

Em contraste, um público que não foi mencionado na entrevista, pôde revelar-se um ávido seguidor das notícias divulgadas pela Ascom: os vereadores. Eles são os principais envolvidos nos acontecimentos da Câmara e baseiam suas ações em muitas dessas novidades da instituição. Em visita aos gabinetes da vereança, os vereadores e seus funcionários alegaram que o acompanhamento do Diário Oficial era frequente, assim como das notícias veiculadas do site.

No twitter da Câmara, percebe-se que maior parte dos seguidores e seguidos na ferramenta são políticos e outra grande parte é composta por jornalistas. Isso demonstra que políticos que não compõem o âmbito legislativo municipal também formam um público em potencial para as informações da Casa, assim como os jornalistas que não fazem parte de grandes veículos midiáticos.

Consequentemente, percebe-se a necessidade de definir melhor quais os públicos-alvo, e como atingi-los de forma mais completa. Outra possibilidade seria avaliar como os públicos potenciais podem contribuir para o objetivo da instituição de levar informações da Câmara para toda a sociedade, ou como eles podem ser importantes para o estabelecimento da Comunicação Pública.

c) Ênfase na transparência e no acesso

Segundo os dados verificados, é possível afirmar que existe maior presença de características que garantam a transparência nas informações da Câmara Municipal. No site, no diário oficial e no twitter da instituição, em todos os temas, destaca-se a preocupação com uma comunicação transparente. Logo, podemos concluir que, na concepção dos elaboradores dos veículos, a expectativa da população está relacionada a essa área.

Esse fato demonstra que as bases para as ações da Ascom estão ligadas ao conceito de *accountability*, tão debatido na contemporaneidade. A assessoria estaria relacionando a

legitimidade de uma instituição democrática à circulação na sociedade de informações ou estruturas de representação sobre a conduta política. Por meio da transparência, e seus atributos avaliados neste trabalho (atualidade e disposição das informações, informações sobre os representantes e prestação de contas), a população poderia ter a percepção de que seus representantes agem constantemente de acordo com o interesse da sociedade e divulgam seus atos para elucidar isso.

Outro destaque é a incidência no eixo de acesso, que apesar de menor comparado à da transparência, ainda é muito relevante em relação aos outros eixos, principalmente no site e no twitter. Contudo, as áreas de banco de dados, de orientação de como buscar informações, de formatos que despertam a atenção, de informação interpretada para o público e de estímulo a dar opinião ainda precisam ser desenvolvidas, principalmente em relação à linguagem adaptada para o público geral e o incentivo para que a população opine, que é quase inexistente nos meios da Câmara.

d) Escassez de interação e de diálogo

O estabelecimento dos cidadãos cariocas como principal público-alvo para a Ascom não implica que a assessoria realize pesquisas para aferir o real interesse desse grupo. O site, o diário oficial e o twitter são elaborados, com muita autonomia, pela Assessoria de Comunicação, com a aprovação da Mesa Diretora em aspectos gerais, sem que estejam baseados pesquisas de opinião. As poucas possibilidades de interação em todos esses meios também colaboram para que não haja um diálogo entre a instituição e a sociedade, tão importante para a promoção da Comunicação Pública.

Essa Comunicação consiste no fluxo de informação e na interação que se referem a temas de interesse coletivo. Se esse fluxo ocorre unilateralmente e não é acompanhado de interação, é questionável se o interesse público realmente é o foco desses meios comunicacionais.

Nem mesmo a emergência dos meios digitais altera profundamente essa realidade. Os e-mails e as mensagens de twitter recebidos pela Ascom não demarcam parâmetros para a publicação de informações sobre a Câmara, cuja escolha ocorre de forma muito personalista, principalmente no twitter. No Diário Oficial, há obrigações legais para a divulgação de normas jurídicas, mas a capa, que cuja elaboração é mais flexível, também é baseada nas escolhas pessoais de seus idealizadores.

Esses quatro aspectos gerais, além de outras características identificadas ao longo deste trabalho, leva à percepção de que ainda é preciso desenvolver melhor temas e eixos para

que a Comunicação Pública possa prevalecer na Câmara. Essa mudança far-se-ia essencial para que a população pudesse ter suas expectativas atendidas em relação ao conhecimento sobre o campo político. Não esquecendo que é preciso também divulgar que esses meios existem e estimular o acesso da sociedade a eles, para que sejam realmente contribuições para o funcionamento da cidade.

4 CONCLUSÃO

A autoridade do Estado afeta todos os indivíduos, o que leva à permanente necessidade de compreender como ela é exercida. Enquanto o recurso à força é evitado pelo desgaste social resultante, a promoção de formas simbólicas, por discursos e eventos que influenciem a interpretação dos indivíduos sobre os acontecimentos, serve para assegurar a legitimidade e o prestígio do poder político de modo suave e difuso. A estrita relação entre o exercício do poder e a comunicação nos remete à investigação deste último para compreendermos mais apuradamente o funcionamento político da sociedade.

Na contemporaneidade, o poder político depende dos meios de comunicação, uma vez que as interações midiáticas estão cada vez mais presentes nas relações interpessoais e são imprescindíveis para a formação de um conteúdo simbólico compartilhado. Essa relação entre a política e a mídia ocorre de forma mais intensiva no intermédio entre representantes e representados, mas também é relevante para estratégias comunicacionais para os públicos internos de instituições governamentais. Buscamos, neste trabalho, compreender quais os destinatários e como ocorre essa comunicação.

Para demonstrar a importância desse diálogo, desenvolvemos conceitos sobre Comunicação Pública que correspondem aos fluxos de informação e à interação relacionados aos temas de interesse coletivo. A Comunicação Pública é destinada aos cidadãos, veiculando informações úteis e necessárias para que eles exerçam melhor essa condição. Ela consiste em um processo comunicativo com atividades entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania.

Por meio desse tipo de Comunicação, a administração estatal concederia a legitimidade ao interesse público, gerando a possibilidade de fomentar a cultura cívica e garantir o debate na sociedade, em um espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil) em assuntos de interesse geral. Diferenciamos nosso campo de estudo da área de atuação da Comunicação Política, que envolveria principalmente atividades de governos, de partidos e de seus agentes para conquistar a opinião pública quanto a ideias ou ações que se relacionam com a conquista do poder político. Para os autores que abordamos, a Comunicação Pública se afasta dessa concepção, sem excluir-se totalmente dessa área, voltando-se para as negociações, os conflitos e os acordos na busca do atendimento de interesses relevância coletiva.

Enfatizamos a importância desse debate público para o processo democrático elucidando como a legitimidade das normas sociais advém da discussão entre os integrantes da sociedade. Novamente realçamos como a mídia ocupa um posto de destaque, desta vez no funcionamento das democracias contemporâneas, pois o discurso midiático é um canal de excelência da prática política, onde se constroem identidades coletivas, fatos sociais ganham significados, são veiculados projetos políticos e ocorrem as deliberações que levarão a uma vontade coletiva. A mídia possui um verdadeiro papel de construtora da realidade social, sendo grande provedora de informações das sociedades contemporâneas.

O desempenho da democracia teria importância equivalente ou menor do que a percepção que os indivíduos têm sobre essa atuação e sobre o quanto seus interesses são atendidos por seus representantes. Desse fato concluímos que a produção e a circulação na sociedade de informações políticas são decisivas para a mobilização e a legitimação de estratégias políticas ou de questões democráticas.

Com essa constatação, passamos a questionar se a Comunicação Pública atual é um instrumento para que o governo divulgue informações de utilidade pública ou um meio que prejudica que o cidadão tenha ciência do verdadeiro processo de tomada de decisões, causando uma "ilusão" participativa. Ou mesmo, se ela se adaptou ao formato mercadológico, típica das mídias privadas, que dificulta o exercício democrático uma vez que restringem conteúdos e debates sociais, em detrimento da centralidade no interesse público.

Realizar a Comunicação Pública por meio dos instrumentos governamentais pode reduzir a amplitude do seu alcance comparado à divulgação de informações desse campo por meio da imprensa, mas evita que os interesses, econômicos e sociais, dos veículos de comunicação de massa predominem, além de revelar quais são as concepções de uma instituição estatal sobre os modelos de comunicação que seriam ideais para a sociedade. Por isso, optamos aqui por estudar os instrumentos de comunicação do poder legislativo municipal da capital do Estado do Rio de Janeiro.

Esses veículos, a saber, o diário oficial, o site e o twitter da Câmara de Vereadores, poderiam ser as vias para intensificar e explorar os matizes da Comunicação Pública. Por todos esses veículos serem publicados via internet, além de versão impressa do Diário Oficial, foi considerada a possibilidade de uma comunicação horizontal ilimitada e sem hierarquias, que favoreceria a promoção de uma sociedade democrática com uma interação global. A tecnologia poderia ser um meio de superar a concentração de informações políticas.

Não obstante, ao longo deste estudo, percebeu-se que as técnicas avançadas de comunicação que mantêm as relações políticas superficiais e desequilibradas não promovem a

participação popular relevante no processo de tomada de decisões, permanecendo a desigualdades de poder no campo da comunicação com os novos meios, e alterando-se apenas a velocidade com a qual essa atividade é realizada. A lógica dos meios não se modifica sem a vontade de seus elaboradores.

Percebemos, com o auxílio de uma pesquisa do Ibope, que a falta de informações sobre as práticas políticas é o principal motivo para o desinteresse da população nessa área, logo, surge a necessidade de averiguar porque existe essa concentração de dados nas instituições governamentais. A implementação da Comunicação Pública poderia ser fundamental para contribuir para a mudança da parte da sociedade que se mantém distante em relação à política, incentivando-os a atitudes mais participativas, daí a importância em averiguar os motivos de sua deficiência atual. Com uma forma mais transparente, interessante e de fácil acesso para a divulgação das informações governamentais, pode-se estimular a participação política dos cidadãos.

A proposta de realização de um estudo de caso surge como indispensável para compreender como a comunicação no âmbito governamental cumpre ou não seu papel democrático no cotidiano. A escolha pelo legislativo passa pelo fato de realizar frequentes deliberações públicas, com a exibição dos posicionamentos dos representantes, que é diferente da independência e a dificuldade popular de ter acesso às decisões administrativas do Executivo. Essa preferência também ocorreu pela invisibilidade do poder legislativo na mídia comercial, que dá muito mais importância aos representantes do executivo, dada sua própria lógica personalista de audiência. Os meios de comunicação legislativos surgem como uma possibilidade de contornar esta falta de visibilidade. A escolha pela Câmara dos Vereadores da cidade do Rio de Janeiro deveu-se por essa situar-se na segunda maior metrópole brasileira, um dos centros econômicos, culturais e financeiros do país, e demonstrar tendências da comunicação que podem ser aplicadas a diversas instituições estatais em locais de características parecidas.

Para esta análise, traçamos categorias que podem ser utilizadas em diferentes meios de diversos órgãos governamentais para descobrir propriedades da Comunicação Pública em grandes cidades. Usamos conceitos, principalmente de Jorge Duarte (2006), para definir sete temas sobre os quais cada instrumento de comunicação deve versar para uma abordagem completa da Comunicação Pública. A divulgação de temas institucionais, de gestão, de utilidade pública, de prestação de contas, de interesse privado, mercadológicos e de dados públicos seria essencial para a participação popular na área política. Em cada tema, foi analisada a incidência de quatro eixos de atuação – transparência, acesso, interação e pesquisa

de opinião - que são características fundamentais para o conhecimento profundo e abrangente de informações institucionais, necessário para um processo democrático de divulgação de dados de interesse público.

Os veículos da Câmara carioca são elaborados pela Assessoria de Comunicação Social (Ascom), que é diretamente subordinada à Mesa Diretora da instituição e conta com alto grau de autonomia na elaboração dos conteúdos divulgados, com algumas exceções no Diário Oficial, que é obrigado por lei a publicar novas legislações. Essa independência acarreta no reflexo dos ideais dos funcionários da Ascom nos veículos por ela produzidos, principalmente das concepções da assessora-chefe Anette Silva.

Por meio de uma entrevista qualitativa com essa funcionária, de uma breve entrevista objetiva nos gabinetes dos vereadores e da observação direta dos instrumentos de comunicação da Câmara durante todo o ano de 2010, conseguimos aplicar os parâmetros previamente estabelecidos e chegar a algumas conclusões. Em nenhum dos casos foram abordados todos os temas propostos pela teoria de Comunicação Pública. No site, a ênfase recai sobre temas institucionais, de gestão, de prestação de contas e de dados públicos. Esse meio é o que apresenta maior variação temática, auxiliado pelo espaço disponível praticamente ilimitado. Dessa forma, há explicações abrangentes do funcionamento e do histórico institucional. Apesar disso, os campos mercadológicos, de utilidade pública e de interesse privado não são exibidos.

No Diário Oficial, busca-se divulgar as novidades de gestão, de dados públicos e de prestação de contas, com algumas poucas mensagens de utilidade pública. Contudo, novos fatos na área institucional, mercadológica ou de interesse privado não são divulgados, apesar de o número de páginas desse periódico ser variado, que possibilitaria a inclusão de novos temas. No Twitter há uma flexibilidade ainda maior, com ilimitadas mensagens que podem ser divulgadas por dia e inúmeros links que podem ser incluídos para tratar dos mais diversos assuntos, entretanto, esse é o meio em que mais temas são excluídos – os institucionais, mercadológicos, de prestação de contas e de interesse privado.

Percebemos que a ausência de temas ocorre por concepções sobre a comunicação da Assessoria de Comunicação e da Mesa Diretora da Câmara e não pela limitação dos meios, cujas características nada significam sem a ação de seus elaboradores. Para esses grupos, informações sobre dados públicos e gestão são mais importantes para o público e os enfatizam em todos os veículos da Câmara. Essa percepção não necessariamente é baseada em análises profundas sobre a sociedade, pois não há ferramentas de interação e de pesquisa de opinião para verificar o interesse público.

A ausência dessas ferramentas prejudica também a compreensão e a identificação dos públicos dos meios de comunicação da Câmara. Enquanto a Assessoria afirma que seu principal público são os cidadãos da cidade do Rio de Janeiro, de forma direta, pela divulgação de informações de seu interesse nos veículos institucionais, ou de forma indireta, com o contato realizado com a mídia para pautar notícias sobre a instituição; a observação direta revela que a prática dificulta esse objetivo.

As escassas divulgações sobre a existência dos meios de comunicação da Câmara e as poucas possibilidades de interação reduzem a probabilidade de esses veículos tornarem-se importantes para toda a sociedade. Simultaneamente, os vereadores e outros políticos, principais envolvidos nos acontecimentos da Casa Legislativa e aqueles que mais acompanham essas notícias, não são tratados como um público de relevo. Não existe um meio voltado exclusivamente para eles, ou um veículo de comunicação interna. Portanto, a comunicação *ad intra*, tão importante para a promoção da Comunicação Pública ao permitir a coerência interna em torno dos objetivos institucionais e do atendimento à população, é prejudicada. Seria preciso definir melhor quais os públicos-alvo e como eles devem ser abordados para promover um maior contato entre representantes e representados.

Afirmar a legitimidade da instituição política tem sido mais ressaltado do que a promoção desse diálogo. Assegurar a transparência no processo legislativo tem sido a principal função da comunicação da Câmara, como forma de legitimar o trabalho dos políticos que a integram. Segundo os dados apurados, é possível afirmar há maior dedicação a garantir a transparência nas informações da Câmara Municipal em todos os seus veículos. A Ascom e a Mesa Diretora percebem o interesse coletivo nessa transparência, principalmente em temas de gestão e dados públicos, que permitem à população conhecer e acompanhar a conduta política dos seus governantes. Ao lado da transparência surgem os esforços em ampliar o acesso a esses dados, principalmente no site, no twitter e na capa do diário oficial, que apresentam a linguagem simplificada para que qualquer indivíduo possa compreender processos legislativos. Entretanto, o acesso à comunicação não se reflete no aumento de participação do público geral nela.

O fato que mais chama a atenção nos meios da Câmara Municipal é a escassez de espaço e de ferramentas para a interação e o diálogo. Mesmo no site, onde há espaço para e-mails de reclamação, elogio e sugestão, não há como o público geral saber o conteúdo ou o resultado dessa mensagem, pois elas são encaminhadas pela Ascom para outras seções da Câmara e não são divulgadas em nenhum lugar, assim como as mensagens sobre o diário oficial e sobre o twitter. Todos esses instrumentos são elaborados com muita autonomia da

Assessoria de Comunicação e da Mesa Diretora em relação a seu público, sem que estejam baseados pesquisas de opinião ou no julgamento de pessoas que se manifestem por telefone, e-mail ou twitter. Dessa forma, essa comunicação torna-se suscetível a mudanças de acordo com as pessoas que integram os grupos responsáveis por elaborá-la. O fluxo de informações que esses setores propõem ocorre, majoritariamente, de forma unilateral, sem que seja apurada a sua confluência com os interesses coletivos atuais e sem que haja diálogo entre governantes e governados, cuja promoção é o foco da Comunicação Pública.

As características dos meios de comunicação da Câmara de Vereadores do Rio de Janeiro identificadas ao longo deste trabalho analisadas em conjunto com conceitos teóricos de Comunicação Pública permitiram que descobríssemos os temas e os eixos que ainda devem ser abordados para um melhor relacionamento governo-sociedade. Além de percebermos que falta a essa comunicação promover o relacionamento, a união e a circulação de dados entre o público interno, fundamentais para que a instituição atue com coerência na busca de seus objetivos.

Em face do caráter normativo deste trabalho, propomos uma abordagem dos meios de comunicação da Câmara que utilize os parâmetros de Comunicação Pública, considerando a ambição democrática de estabelecer relações entre representantes e representados que atendam ao interesse comum da sociedade. Avaliamos que o veículo base para essa proposta seja o site, por ter espaço praticamente ilimitado de inserção de informações, o que permite que diversos públicos sejam atingidos em diferentes temas, com a incidência dos eixos anteriormente apresentados. Uma vez que o site alcance uma estrutura que promova o interesse público, os outros meios – o Diário Oficial e o Twitter - podem fazer referência a ele, indicando à população, aos políticos e à mídia que os dados que eles procuram estão disponíveis para o acesso.

Primeiramente, para a melhoria do site, são necessárias estratégias que visem atender aos diversos públicos. Tanto os cidadãos, foco principal da Comunicação Pública, quanto os funcionários e políticos que atuam na Câmara, essenciais para uma coesão institucional, precisam ter seus interesses aferidos para que os dados divulgados estejam de acordo com suas necessidades e desejos. O mesmo ocorre com os meios de comunicação de massa, que são importantes interlocutores para a sociedade, incluindo o público interno da instituição municipal. Esses devem ter sua lógica compreendida e respeitada, quando possível, para que não haja conflitos e as notícias sobre os bens e as normas públicas possam ser difundidas com maior amplitude. Isso pode ser realizado por meio de pesquisas de opinião populares e de um mapeamento de mídias, para que, a partir desses dados, possa ser realizado um planejamento

estratégico para cada um desses públicos.

Todas as áreas de atuação poderiam ser aprofundadas no site. Os temas Institucionais estão presentes de forma relativamente satisfatória, apresentando a estrutura, histórico e serviços da Câmara. Entretanto, poderiam também esclarecer as responsabilidades e as funções dos agentes públicos e das entidades governamentais, além dedicar espaço para apresentar os direitos e deveres do cidadão. Esse veículo poderia, por textos informativos, explicar à população o que deve esperar e como contestar as ações do governo.

Quanto às informações sobre gestão, os discursos dos parlamentares estão integralmente transcritos no site, mas os projetos e metas dos vereadores somente são divulgados caso esses se empenhem para que isso ocorra em suas páginas pessoais. Os links para os sites dos vereadores estão disponíveis, quando existem, na área dedicada ao seu perfil - já apresentada neste trabalho. Conhecer o plano de governo, as prioridades e objetivos dos agentes públicos orienta e promove o debate público, logo, deveria ser tarefa da área de comunicação institucional permitir amplo acesso a esses dados. Além disso, seria importante para a população que fossem estabelecidos canais para que houvesse a possibilidade de sugestão de leis e prioridades orçamentárias para serem discutidas entre os seus representantes.

A área de utilidade pública, praticamente negligenciada no site seria aquela que mais está relacionada ao cotidiano da população, e sendo ela o principal público-alvo apontado pela Ascom, seria fundamental aprofundar temas desta categoria. Seria preciso criar um espaço dedicado a elucidar quais são os serviços disponíveis para os habitantes do município, assim como orientar sobre o seu funcionamento e formas de estabelecer contatos. Poderiam ser veiculadas, sem maiores alterações na estrutura do site, informações sobre serviços de saúde e de limpeza, sobre imposto de renda, sobre campanhas de vacinação e sobre as mais diversas causas sociais, entre muitos outros exemplos que contribuiriam para a vida do cidadão.

O setor de prestação de contas no site, contido majoritariamente no Portal da Transparência, visa esclarecer a utilização dos recursos públicos, mas não a relaciona diretamente às decisões políticas que levaram aos gastos apresentados. Estabelecer formas de fiscalizar a coerência entre o dispêndio municipal e as decisões parlamentares seria um facilitador para o conhecimento e a avaliação das ações de um governo. Muitas informações também são publicadas com linguagem generalizadora ou de difícil compreensão, o que demanda uma interpretação para atingir o público em geral.

A área de interesse privado, que não é abordada em nenhum dos meios de comunicação da Câmara Municipal, encontraria variados modos de ser utilizada no site. Com a criação de um cadastro e uma senha, um indivíduo ou uma empresa poderia ter acesso por esse site à informações pessoais de grande interesse que estão sob auspícios públicos, como dados de imposto de renda, dívidas com o município ou taxas a serem pagas.

No município do Rio de Janeiro também são oferecidos produtos e serviços que se enquadram na lógica do mercado, tais como o aluguel de caçambas de entulho, serviços de instalação de luz e gás, os quais podem ser contratados por toda a população. Esses assuntos mercadológicos não constam no site da Câmara, mas somente no da Prefeitura. Caso fosse estabelecido um link entre essas instituições ressaltando os serviços disponíveis, poderiam ampliar o relacionamento dos cidadãos com a instância governamental, auxiliando-os a compreender as diversas formas de atuação municipal.

Por fim, os dados públicos estão presentes em profusão no site como transcrições de normas legais, contudo, o mesmo não pode ser observado em relação às decisões judiciais e aos documentos históricos da Câmara Municipal. A ampliação do acervo de dados, acompanhado de textos que interpretassem suas resoluções para que um público leigo em termos jurídicos seriam relevantes contribuições para esta área.

Em todos os temas supracitados, para que possam ser adaptados aos princípios da Comunicação Pública, devem ser promovidas as características dos eixos de transparência, acesso, interação e ouvidoria social, ou pesquisa de opinião. A Transparência seria promovida para assegurar a atuação responsável em questões públicas. Com esse intuito, a atualidade das informações deve ser constantemente garantida, assim como sua disposição organizada para facilitar a consulta. Devem ser apresentados dados completos sobre os representantes e haver espaço para a prestação de contas. Dessa forma, não somente a relação entre representantes e representados é promovida, como também são facilitados a fiscalização e o conhecimento dos próprios agentes uns sobre os outros, fundamental para um funcionamento institucional coeso.

O Acesso surge como outro fator de importância para atender ao interesse público e permitir a obtenção de informações políticas. Como forma de atuar nesse eixo, o site apresenta banco de dados de documentos e discursos, porém esses são limitados e com orientações confusas de como buscar informações. Os formatos presentes, textos monocromáticos, não despertam a atenção e não são interpretados para o público em geral, isso poderia ser revertido com quadros com resumos sobre cada assunto, que poderiam conter gráficos e imagens que facilitassem a compreensão e fossem visualmente atraentes. Nesse contexto, seria indicado conter mensagens que estimulassem a população ou os funcionários

da instituição a dar sua opinião nas diversas partes do site. O fomento de novos frequentadores do site também deveria ocorrer em veículos diferentes dos da Câmara, para atingir um maior público. Esse amplo acesso seria útil para a reflexão e para a ação na sociedade.

A Interação, que consiste na criação, na manutenção e no fortalecimento de um diálogo equilibrado, é um eixo que deve ser privilegiado uma vez que a Comunicação Pública busca estabelecer essa troca como forma de fomentar uma sociedade democrática na qual os governantes compreendem e promovem o bem comum. Consequentemente, a oportunidade de fala dos cidadãos, a possibilidade de sugerir e contestar, seguida do recebimento de respostas, e a possibilidade da participação popular na criação de produtos e serviços estariam inseridos nessa área, bastando que funcionários da Câmara ficassem dedicados a oferecer esse canal de contato, e responsabilizarem-se de atender as solicitações, sempre que possível – trabalho que a Ascom alega já ocorrer – mas formando estatísticas dessas demandas e críticas para que essas possam levar a novos produtos e serviços. Esses, atualmente, dependem em grande parte da vontade política da Mesa Diretora e das percepções pessoais dos funcionários da Ascom sobre o que deve ser feito.

A base para todas as ações e estratégias de comunicação deveria consistir nesse último eixo, que não é realizado em nenhuma etapa da comunicação da Câmara, apesar da indicação teórica de estar sempre no início dos processos comunicativos: a pesquisa de opinião. Pesquisas sobre motivação, interesses, propostas e satisfação social permitiriam conhecer a opinião pública em seus diversos segmentos, assim como o público interno da instituição, o que é um requisito essencial para o atendimento às expectativas da sociedade.

Ao longo deste trabalho, tentamos refletir sobre o cotidiano da comunicação em instituições governamentais, tantas vezes ofuscado na política pelas atividades eleitorais. Percebemos a importância da Comunicação Pública para o bem-estar da sociedade e ressaltamos como, para que ela prevaleça em uma instituição governamental, é necessário, principalmente, estabelecer a prioridade no interesse coletivo e implementar diversas formas de diálogo, o que ainda não encontramos na cidade do Rio de Janeiro e provavelmente em muitas outras cidades do Brasil. A proposta de parâmetros para futuras análises e sugestões para o funcionamento dos meios de comunicação da Câmara Municipal carioca pretendem ser uma contribuição para a melhoria do relacionamento entre a população local e seus representantes em todo o país.

REFERÊNCIAS:

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Administração de relações públicas no Governo*. São Paulo: Loyolla, 1982.

BLUMLER, J.G. *Elections, the Media and the Modern Publicity Process*, in M. Ferguson (ed.) *Public Communication — The New Imperatives*. Londres: Sage, 1990.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de Política*, 6ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994.

BOMBARDELLI, M. *La comunicazione nell'organizzazione amministrativa*. In ARENA, G. (org) *La funzione di comunicazione nelle pubbliche amministrazioni*. San Marino: Maggioli, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado, 1988.

BRASIL, Olavo. *Instituições Políticas Democráticas: o segredo da legitimidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1997

BROTTO, Carla. *Comunicazione e relazione all'interno dell'ente pubblico*. San Marino: Maggioli, 2005

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CARDOSO, Adalberto. *Jornalistas, ética e democracia no exercício da profissão*. Novos Estudos, no. 42, Cebrap, julho de 1995.

COOK, Timothy. *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago: University of Chicago Press, 1998.

CUTLIP, Scott. M.; CENTYER, Allen. *Effective Public Relations*. 5a ed., Nova Jersey: Prentice Hall, 1978.

DUARTE, Jorge; VERAS, Luciara (Org). *Glossário de Comunicação Pública*. Brasília: Casa das Musas, 2006

FREGOLI, Aldo. *La circolazione delle informazioni e delle conoscenze all'interno dell'ente locale ai fini del processo decisionale*. In *Nuova Rassegna di legislazione, dottrina e giurisprudenza*, ano LXVIII, n. 11, 1992

GARCIA, José Luis Dader. *Tratado de Comunicación Política – Primera Parte*. Madrid: Ed. J. L. Dader, 1998.

GOMES, Wilson. *Transformações da Política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Editora Paulus, 2004.

GRABER, D. *Public Sector Communication*. Washington: Congressional Quarterly, 1992.

GRANDI, R. *La comunicazione pubblica: teorie, casi, profili normativi*, Roma: Carocci, 2002.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HASWANI, Mariângela. *Comunicação nas relações internas das instituições estatais*. Trabalho apresentado ao III ABRAPCORP 2009, São Paulo, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus, 2003

LOISIER, J. ; COSSETTE, M.N. *Communication publique et processus démocratique*. In: *Administration publique du Canada*, vol. 36, 1993.

MAIA, Rousiley. *Dos dilemas da visibilidade midiática para a deliberação pública*. Trabalho apresentado no XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador, 2002.

MATTELART, Armand e Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MATOS, Heloiza. *Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do Legislativo*. São Paulo: Fundação Cásper Líbero, Ano II, nº. 3-4, 1999.

MIGUEL, Luis Felipe. *Um Ponto Cego nas Teorias da Democracia: Os Meios de Comunicação*. In *Bib - Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, nº 49, Rio de Janeiro, 1º Semestre de 2000.

OSBORNE, David. *Reinventando o Governo: como o espírito empreendedor está transformando o setor público*. Brasília: MH Comunicação, 1995

PEREIRA, Sivaldo. *Democracia online: pressupostos teóricos e inovações estruturais na comunicação do Estado contemporâneo*. Trabalho apresentado no III Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (Compólítica). São Paulo, 2009.

POPKIN, Samuel. *The reasoning voter – communication and persuasion in presidential campaigns*. Chicago: The University of Chicago press, 1994.

REGO, Torquato. *Tratado de Comunicação Organizacional e Política*. São Paulo: Pioneira Thonsom Lerarning, 2002.

ROVINETTI, A. *Diritto di parola*. Milão: Il Sole 24 ore Libri, 2000.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único a consciência universal*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SARTORI, Giovanni. *La democrazia después del comunismo*. Madri: Alianza, 1993.

SHANNON, C. e WEAVER, W. *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press: Urbana-Champaign, 1949.

THOMPSON, John. *O escândalo político. Poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

_____. *A mídia e a modernidade – Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

WEBER, Max. *Politics as a Vocation*. In: GERTH, H.; MILLS, Wright (eds.), *From Max Weber: essays in sociology*. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1948.

WELTMAN, Fernando. *Mídia e Accountability: Dimensões e Condições da Poliarquia Midiática*. Trabalho apresentado no 10º Encontro Anual da Compós - GT: comunicação & política, 2001.

ZEMOR, Pierre. *La Communication Publique*. Paris: PUF, 1995.

Home Pages:

Avelar e Duarte. Rio de Janeiro: Avellar e Duarte Consultoria e Design. [acesso entre março e setembro de 2010]. Disponível em: www.avellareduarte.com.br

Câmara Municipal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Câmara Municipal do Rio de Janeiro. [acesso entre janeiro de 2010 e julho de 2011]. Disponível em: www.camara.rj.gov.br

Newsweek. Nova York: The Newsweek/Daily Beast Company LLC. [acesso em agosto de 2010]. Disponível em: www.newsweek.com/2010/08/15/interactive-infographic-of-the-worlds-best-countries.html

Prefeitura do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio de Janeiro [acesso entre setembro de 2010 e março de 2011]. Disponível em: www.rio.rj.gov.br

Observatório da Educação. São Paulo: Ação Educativa. [acesso entre março e setembro de 2010]. Disponível em: www.observatoriodaeducacao.org.br