



XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã



A COMUNICAÇÃO PÚBLICA PENSADA PARA GARANTIR O DIREITO AO VOTO NAS ELEIÇÕES DE 2022: A PARCEIRA DA CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI COM O TRE-SP¹

Marelo Simões Damasceno – Universidade Metodista de São Paulo

RESUMO

Em um regime democrático, o acesso à informação é um direito social que deve ser claro e plural. Dessa forma, este estudo avalia a comunicação pública da Câmara Municipal de Itapevi (SP), entre fevereiro e maio de 2022, comunicou ao cidadão sobre o seu papel como posto, temporário, de regularização eleitoral. Para tanto, foi realizado um levantamento quali-quantitativo que resultou na análise de 48 publicações em sites e mídias digitais. A prática comunicacional atendeu ao conceito de comunicação pública e gerou diálogo com o cidadão. No entanto, é necessário monitorar se foi uma ação isolada ou uma prática contínua.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública; Cidadania; Eleições 2022; Câmara Municipal de Itapevi (SP); Tribunal Regional Eleitoral do Estado de São Paulo

1 INTRODUÇÃO

A literatura mostra que os estudos de comunicação pública têm sido marcados pela variedade de teorias e conceitos desenvolvidos por diferentes autores. Contudo, de algum modo, todos convergem para uma prática de gestão participativa a partir do conhecimento gerado pela comunicação pública, da multiplicidade de canais na promoção de temas de interesse coletivo e, sobretudo, no engajamento da sociedade para fomentar o diálogo. Dessa forma, este estudo busca compreender como a estratégia de comunicação pública adotada pela Câmara Municipal de Itapevi (SP) para informar que o Poder Legislativo, local, estava atuando como um posto complementar do Cartório Eleitoral – Zona 359º – do Tribunal Regional Eleitoral (TRE-SP), na regularização e no alistamento das pessoas interessadas em participar das eleições gerais de 2022. Itapevi é um dos 645 municípios do Estado de São Paulo, integrante da Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) e membro do Consórcio Intermunicipal da Região Oeste. O município possui um território de 82,658 km², onde residem 232.297 habitantes (IBGE, 2022) e que conta com 153.444 eleitores aptos para votar (TER-SP, 2022). A sua economia tem como base três pilares: indústria, comércio e serviço. O serviço prestado pela Câmara foi oficializado por um termo de cooperação técnica, com a finalidade de auxiliar o cidadão itapeviense, até o dia 4 e maio de 2022, no preenchimento do formulário Título Net, no site do TRE-SP

¹ Trabalho apresentado no GT 5 **Comunicação e Inovações Tecnológicas (Tema Central do Evento)- CBCC** da XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2024, de 11 a 13 de junho de 2024, na Universidade São Judas (Paulista), São Paulo-SP.

(www.tresp.jus.br), de modo a viabilizar a emissão do primeiro título de eleitor, transferência do domicílio eleitoral, inclusão do nome social e atualização cadastral; bem como obter as guias para o pagamento de multas e certidões eleitorais.

2 METODOLOGIA (métodos e técnicas utilizados)

Além de priorizar o atendimento a pessoas com baixo letramento digital, excluídos digitais e não alfabetizados (ITAPEVI, 2022, p. 2). A comunicação realizada pela Câmara foi coletada, entre 21 de fevereiro e 4 de maio de 2022, de forma quanti-quali a partir dos meios oficiais de comunicação da instituição, como site institucional, Diário Oficial do Legislativo e perfis em sites de mídias sociais, que culminou em 48 publicações sobre a ação: duas publicações no Diário Oficial do Legislativo, duas no site, 44 em sites de mídias sociais (Facebook, Instagram, X e LinkedIn), além da identificação, através de palavras-chave (recadastramento eleitoral, Câmara de Itapevi, Título de Eleitor, entre outras), da reprodução dos releases da Câmara em 15 sites de notícias.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

As quais foram analisadas, qualitativamente, sob a ótica da literatura em comunicação pública, com o objetivo de identificar se a prática comunicacional atendeu aos conceitos: garantir o acesso amplo à informação, fomentar o diálogo, estimular a participação, promover os direitos e a democracia, combater a desinformação, ouvir a sociedade, focar no cidadão, ser inclusiva e plural, tratar a comunicação como política de estado, garantir a impessoalidade, pautar-se pela ética, atuar com eficácia (Brandão, 2009; Matos, 2009; Duarte, 2011; Liberato, 2011; Haswani, 2017; Lemos, 2019; Faria, 2019). Uma literatura que reforça a responsabilidade dos poderes públicos em estabelecer um fluxo comunicativo com diferentes setores da sociedade, ou seja, um processo informacional capaz de possibilitar interação, fomentar a cidadania e estimular a participação ativa de diferentes pessoas no processo de tomada de decisão em demandas cotidianas. Demandas que também contemplam o direito ao voto em período eleitoral.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diante dos dados, é possível identificar que o órgão atuou no sentido de promover o exercício da cidadania, ao usar diferentes meios de comunicação para informar o cidadão. A ação também gerou diálogo, visto que as mensagens encaminhadas pelas pessoas via redes sociais receberam feedback do órgão. Diante das ações, dados da Câmara indicam que 1.043 pessoas procuraram o órgão para regularizar a situação eleitoral ou fazer o alistamento, sendo que deste total, pouco mais de 58% se identificaram como do gênero feminino, 39% do masculino e 3% preferiu não responder no processo de triagem (não obrigatório). Com relação à escolaridade, 11,16% indicaram possuir o ensino médio completo; 8,55%, o médio incompleto; 2,6%, o fundamental completo; 6,05%, o fundamental incompleto; 2,01%, o superior completo; 0,71%, o superior incompleto; 0,11% tinha especialização; 7% lia e escreviam; e 1,18% era analfabeto. O volume de atendimento e a diversificação de gênero

e escolaridade mostram que a comunicação despertou o interesse comum no município. Ou seja, uma relevância comum que prevalece sobre o desejo individual (particular) de um cidadão ou grupo. Forma de comunicação com potencial de promover o envolvimento e a participação ativa da sociedade a partir da informação a qual teve acesso (MATOS, 2009). Proporcionando o seu engajamento no debate de temas coletivos, a ocupação da esfera pública e a possibilidade do envolvimento das pessoas. Também foram privilegiados os interesses do cidadão e não apenas da instituição promotora da comunicação, ao garantir “à informação e a expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável” (Duarte, 2011, p. 61). Com base nos conceitos de comunicação pública, constatou-se que o cidadão foi colocado na centralidade da estratégia comunicacional da instituição para ele reconhecer o Poder Legislativo municipal como uma alternativa, apoiada pelo TRE-SP, para regularizar a situação eleitoral. Algo que se tornou imaginável após as pessoas terem acesso à informação. O que Brandão (2011, p. 5) interpreta como estímulo para o engajamento, e que pode ser mensurado pelos mais de 1.000 eleitores atendidos no período. Trata-se de uma forma reconhecida, segundo a autora, para “levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público”, como no caso da cooperação técnica entre a Câmara e o TRE-SP. Assim, é possível afirmar que a Câmara forneceu informação e disponibilizou um canal de diálogo com o cidadão para esclarecer dúvidas, a partir dos meios de comunicação próprio e da imprensa. Também vale destacar que o trabalho poderia não ser reconhecido pelo cidadão sem a ação da comunicação pública. Algo que reforça o papel da instituição como fomentadora de saber político e de comunicação de interesse público, com capacidade de mobilizar diferentes pessoas no município em situações específicas, como a da regularização eleitoral.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dessa maneira, pode-se afirmar que a Câmara de Itapevi atendeu ao conceito defendido por pesquisadores – garantir o acesso amplo à informação, fomentar o diálogo, estimular a participação, promover os direitos e a democracia, combater a desinformação, ouvir a sociedade, focar no cidadão, ser inclusiva e plural, tratar a comunicação como política de estado, garantir a impessoalidade, pautar-se pela ética, atuar com eficácia – e desempenhou um papel de financiadora da comunicação pública. No entanto, é importante monitorar as próximas ações da Câmara para determinar se são eventos isolados ou parte de uma estratégia contínua para promover o acesso à informação e o diálogo no município.

Referências

BRANDÃO, E. Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública. Disponível em:<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>. Acessado em 15 abr. de 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. 90 anos da Justiça Eleitoral: confira como é o trabalho em um cartório eleitoral. Disponível: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2022/Fevereiro/90-anos-da-justica-eleitoral-confira-como-e-o-trabalho-em-um-cartorio-eleitoral>. Acessado em 15 abr. de 2024.

CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI. Itapevi, 15 mai. 2022. Facebook: @camaramunicipaldeitapevi. Disponível em: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.350852040417545&type=3>. Acessado em 15 abr. de 2024.

CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI. Itapevi, 15 mai. 2022. Instagram: @camaraitapevi. Disponível em: <https://www.instagram.com/camaraitapevi/>. Acessado em 15 abr. de 2024.

CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI. Itapevi, 15 mai. 2022. Twitter: @camaraitapevi. Disponível em: <https://twitter.com/camaraitapevi>. Acessado em 15 abr. de 2024.

CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI. Itapevi, 15 mai. 2022. LinkedIn: @camaraitapevi. Disponível em:<https://www.linkedin.com/company/cmitapevi/mycompany/>. Acessado em 10 abr. de 2024.

CÂMARA de Itapevi e Cartório Eleitoral fazem mutirão para regularização eleitoral. Web Diário, Osasco, 29 mar. de 2022. Disponível em: <https://webdiario.com.br/camara-de-itapevi-e-cartorio-eleitoral-fazem-mutirao-para-regularizacao-eleitoral/>. Acessado em 12 abr. de 2024.

DUARTE, J. Sobre a emergência do (s) conceito (s) de comunicação pública. In. KUNSCH, M. (org). Comunicação pública, sociedade e cidadania. São Paulo: Difusão Editorial, 2011.

FARIA, M, A. A comunicação entre o previsível e o improvável. In. NASSAR, P. (org.). Comunicação pública por uma prática mais republicana. São Paulo: Abraji, 2019, p. 91 – 102.

FERREIRA, R. Guia de cooperação técnica nacional. Disponível em: https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/48994/2/guia_de_cooperacao_tecnica_nacional_fiocruz_2021_web.pdf. Acessado em 13 abr. de 2024.

FINAL de semana: Câmara de Itapevi e Cartório Eleitoral realizam mutirão para regularização eleitoral. Expressão Regional. Itapevi, 27 abr. de 2022. Disponível em: <https://expressaoregionalonline.com.br/final-de-semana-camara-de-itapevi-e-cartorio-eleitoral-realizam-mutirao-para-regularizacao-eleitoral/>. Acessado em 15 abr. de 2024.

FINAL de semana: Câmara de Itapevi e Cartório Eleitoral realizam mutirão para regularização eleitoral. Portal Cotia Viva. Itapevi, 27 abr. de 2022. Disponível em: <https://www.portalviva.com.br/post/itapevi-c%C3%A2mara-municipal-e-cart%C3%B3rio-eleitoral-realizam-mutir%C3%A3o-no-final-de-semana?fbclid=IwAR3NK7ppS1pmsWdFfuTfQhjEJ3gtJeErqewqGKBA5rKAVNmZ7U2R0sHawdY>. Acessado em 11 abr. de 2024.

Haswani, M. F. Comunicação pública: bases e abrangências. Saraiva: São Paulo, 2017.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cidades e Estados: Itapevi. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/itapevi.html>. Acessado em 11 abr. de 2024.

LEMOS, C. As lições do planejamento. In: NASSAR, P. (org.). Comunicação pública por uma prática mais republicana. São Paulo: Abraji, 2019, p. 25 – 34.

LIBERATO, F. Instrumentos da comunicação pública como auxílio à participação política dos cidadãos - Avaliação das políticas públicas de cidadania do portal eletrônico do governo da cidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/code2011/chamada2011/pdf/area9/area9-artigo13.pdf>. Acessado em 15 abr. de 2024.

MATOS, H. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, J. (org.). Comunicação pública: estado, mercado e sociedade e interesse público. São Paulo, Atlas, 2009.