

REGULARIZAÇÃO ELEITORAL 2022: A EXPERIÊNCIA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI (SP)

Electoral regularization 2022: the experience of public communication of the
Municipality of Itapevi (SP)

Marcelo Simões Damasceno¹

Resumo

Em uma democracia, acredita-se que o acesso à informação seja um direito do cidadão, e que ele deve ocorrer de forma clara e plural, proporcionando saber, acesso a serviços e diálogo entre a instituição e o cidadão. Dessa forma, este artigo busca avaliar como a ação de comunicação pública realizada pela Câmara Municipal de Itapevi (SP), entre fevereiro e maio de 2022, informou ao cidadão que a instituição, momentaneamente, se tornou um local para regularização eleitoral. Com base em um levantamento quali-quantitativo, foi possível observar que a ação de comunicação pública gerou 48 publicações em diferentes meios, atendendo a pontos do conceito expostos na literatura. Contudo, apesar de se fazer presente na internet, a instituição não dialogou nas redes com quem comentou as postagens publicadas, algo que vai na contramão do conceito de comunicação pública.

Palavras-chave: Comunicação Pública; Regularização Eleitoral; Câmara Municipal de Itapevi; Cartório Eleitoral

Abstract

In a democracy, it is believed that access to information is a citizen's right, and that it must occur in a clear and plural way, providing knowledge, access to services and dialogue between the institution and the citizen. In this way, this article seeks to evaluate how the public communication action carried out by the Municipality of Itapevi (SP), between February and May 2022, informed the citizen that the institution, momentarily, became a place for electoral regularization. Based on a qualitative-quantitative survey, it was possible to observe that the public communication action generated 48 publications in different media, meeting the points of the concept exposed in the literature. However, despite being present on the internet, the institution did not dialogue on the networks with those who

¹ Doutorando e Mestre em Comunicação Social (UMESP), Especialista em Ciência Política Contemporânea (FESPSP), Pós-graduado em Poder Legislativo e Democracia no Brasil (EPCMSB), Especialista em Branding, Comunicação Estratégica e Marketing (Anhanguera), Graduado em Jornalismo (UNINOVE). Integrante dos Grupos de Pesquisa HumanizaCom e Semio Humanitas. E-mail: mdamasceno82@hotmail.com.

commented on the published posts, something that goes against the concept of public communication.

Keywords: Public Communication; Electoral Regularization; Itapevi City Council; Electoral Registry

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 pautas de interesse coletivo e, principalmente, do envolvimento de toda a sociedade no debate, proporcionando o engajamento do cidadão.

Nesse aspecto, novas tecnologias se somam a estratégias de comunicação traçadas para mobilizar a sociedade e impactar um público cada vez mais presente no ambiente digital. Espaço que proporciona interação do cidadão com o órgão público (e vice-versa) a partir das tecnologias de comunicação e informação (TICs).

Assim, este estudo busca compreender como a estratégia de comunicação pública desenvolvida pela Câmara Municipal de Itapevi (SP) abordou uma pauta de interesse coletivo – regularização da situação eleitoral – em uma cidade com 244.131 habitantes, onde a instituição seria um polo de regularização a partir de uma cooperação técnica assinada com o Tribunal Regional Eleitoral (TRE-SP).

Por meio de um levantamento quali-quantitativo, foram identificadas 48 publicações sobre a ação de comunicação pública nos meios de comunicação da Câmara, como site institucional, Diário Oficial e perfis em redes sociais, além de notícias publicadas na imprensa, originadas pelo envio de releases. Este material foi analisado a partir da literatura de comunicação pública.

Dessa forma, este artigo apresenta um levantamento teórico, seguido por uma geolocalização dos órgãos públicos envolvidos na cooperação técnica, e uma análise metodológica da amostra obtida no período analisado – 21 de fevereiro a 4 de maio de 2022. Por fim, as considerações indicam o atendimento do conceito de comunicação pública. Contudo, aponta-se a necessidade da realização de novos estudos, uma vez que não foram encontrados indícios de feedbacks aos comentários recebidos nas postagens.

1. A comunicação pública e a eliminação de barreiras

Nos últimos anos, o conceito de comunicação pública no Brasil, seja por meio do avanço democrático vivido desde a promulgação da Constituição de 1988, ou mais recentemente pelas tecnologias da informação e comunicação (TICs), vem proporcionado um ambiente comunicacional entre instituições e cidadãos de fácil disseminação de informações de interesse coletivo. Foi ampliado o espaço democrático para segmentos da sociedade exercerem pressão sobre os poderes públicos – Judiciário, Executivo e Legislativo –, e também sobre organizações não governamentais, associações profissionais e de interesse diversos, e associações comunitárias (BRANDÃO, 2009).

Esta forma de comunicação é pensada a partir de um planejamento estratégico para impactar diferentes públicos. Ou seja, ela constitui uma rede de temas relevantes do cotidiano, de caráter fixo, transitório ou temporário, como campanhas de vacinação, ações de segurança viária, doação de sangue, incentivo ao uso de moedas, entre outras assumidas por órgãos públicos que reforçam questões sociais e o exercício da cidadania em diferentes faixas etárias.

Assim, a comunicação pública compreende-se como:

a comunicação promovida pelos governos (federal, estadual ou municipal) pode ter a preocupação de despertar o sentimento cívico (são exemplos as recentes campanhas publicitárias “o melhor do Brasil é o brasileiro” e “bom exemplo”), informar e prestar contas sobre as realizações de um governo, divulgando programas e políticas que estão sendo implementadas; motivar e/ou educar, chamando a população para participar de momentos específicos da vida do país (eleições, recentemente o referendo sobre a comercialização de armas de fogo e munições); de proteção e promoção da cidadania (campanhas de vacinação, acidente de trânsito etc.), ou de convocação dos cidadãos para o cumprimento dos seus deveres (o “Leão” da Receita Federal, alistamento militar) (BRANDÃO, 2009, p.6).

Este processo comunicacional é capaz de atrair o cidadão como um agente ativo em ações ou em tomadas de decisão. Dessa forma, a partir do conhecimento gerado pela comunicação pública, uma pessoa, além do acesso, passa a interagir (cobrar, sugerir e elogiar) com o poder público. Algo que, no entendimento de Matos (2011, p. 45), amplia as atribuições da comunicação. Ou seja, a “comunicação pública não se restringe às ações do governo e inclui igualmente as interações com os cidadãos, alimentando o fluxo das relações comunicativas entre todos os atores.”

Na mesma linha das autoras, Rolando (2011) destaca que a comunicação pública gerenciada por órgãos públicos pode eliminar as barreiras entre as instituições e as pessoas em todas as instâncias de poder, deixando acessíveis informações importantes para o cotidiano, sejam elas:

“em torno das leis e de suas aplicações; em torno do acesso a serviços estruturais; em torno das necessidades de promover os interesses coletivos e desenvolver competitividade (2011, p. 27).

Um compartilhamento de conteúdo que, por muitos anos, foi entregue à população por meio de cartazes, folhetos, campanhas publicitárias e produtos em geral de divulgação.

Mais recentemente, os meios digitais (TICs) – espaço bem difundido no ambiente corporativo – passaram a integrar o arcabouço midiático dos órgãos públicos, possibilitando mais canais de interação com o cidadão, e tornando a comunicação desses órgãos portas de constante diálogo de interesse coletivo.

Estas ações reforçam o pensamento de Duarte (2011, p. 122) sobre a comunicação pública que, para ele, é “uma expressão que tem se tornado popular por responder ao anseio coletivo de uma comunicação mais democrática, participativa e equânime.”

2. A cooperação técnica, Câmara Municipal e Cartório Eleitoral 359º Itapevi

Antes de falar sobre o papel institucional de cada órgão deste estudo, é necessário apresentar demograficamente a cidade de Itapevi (SP). O município é um dos 645 do Estado de São Paulo, integrante da Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) e membro do Consórcio Intermunicipal da Região Oeste. Ele possui um território de 82,658 km² e 244.131 habitantes (IBGE, 2022) e 153.444 eleitores aptos para em 2020, segundo dados Tribunal Superior Eleitoral. A sua economia tem como base três pilares: indústria, comércio e serviço, que contribuem na composição do orçamento municipal – administrado pelo Poder Executivo Municipal – estimado para o ano fiscal de 2022 em R\$ 956.378.536,25 milhões.

Na cidade, o Poder Legislativo municipal é representado pela Câmara de Vereadores, composta por 17 vereadores, que são eleitos ou reeleitos para representar o cidadão itapeviense por meio de eleições periódicas a cada quatro anos. A instituição é responsável por votar e propor leis municipais que irão orientar e regular a vida em comum, além de realizar audiência pública sobre temas de interesse comum, aprovar as contas do prefeito e fiscalizar as ações da prefeitura.

O Cartório Eleitoral Zona 359º é a representação da Justiça Eleitoral no município. O órgão, segundo Faturento (2022), é o primeiro contato que o cidadão tem com a Justiça Eleitoral, uma vez que é no cartório que o eleitor, ou futuro eleitor, pode receber auxílio para o primeiro alistamento eleitoral, atualizar os dados cadastrais, transferir domicílio eleitoral e certidões ou emitir quitação e certidão de crimes eleitorais. A estrutura também é responsável pela parte administrativa da zona eleitoral, pelo atendimento ao público, pela recepção e conferência das assinaturas para formação de novos partidos políticos, acolhimento da listagem atualizada dos filiados às legendas, zelo pelas urnas eletrônicas e contribuição na organização das eleições gerais e municipais.

Contextualizado o papel de cada órgão, fica claro que eles possuem funções distintas de representação e atendimento ao cidadão. Contudo, por meio de um convênio de cooperação técnica², eles atuaram juntos para auxiliar excluídos digitais, pessoas com baixo letramento digital e analfabetos a regularizar a situação eleitoral ou fazer o alistamento digital por meio da plataforma “E-título” do Tribunal Superior Eleitoral, como destaca a cláusula primeira do objeto:

O presente Convênio de Cooperação tem por objeto auxiliar o cidadão itapeviense, até o dia 4 e maio de 2022, no preenchimento do Formulário Título Net, no site do TRE-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 pagamento de multas e certidões eleitorais. A cooperação tem como foco atender pessoas com baixo letramento digital, excluídos digitais, não alfabetizados e cidadãos que tenham dificuldade em solicitar o serviço virtualmente (ITAPEVI, 2022, p. 2).

² Convênio de cooperação técnica assinado pelos órgãos e publicado no Diário Oficial do Legislativo. Disponível em: < <https://www.camaraitapevi.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/04/Diario-Oficial-53-edi%C3%A7%C3%A3o.pdf> >. Acessado e 18 mai. de 2022.

A cooperação técnica é um instrumento jurídico utilizado por órgãos públicos em diferentes instâncias (nacional, estadual, municipal) na intenção de executar um programa, trabalho, projeto, atividade ou evento de interesse recíproco e público, que nem sempre requer o repasse de recursos entre os envolvidos. Ela é reconhecida por diferentes leis: 13.019/2014, estabelece o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, em regime de mútua cooperação; 8.666/93, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública; 13.204/2015, estabelece o regime jurídico das parcerias voluntárias, envolvendo ou não transferências de recursos financeiros, entre a administração pública e as organizações da sociedade civil; além dos pareceres da Advocacia Geral da União (AGU): 04/2016 AGU e Parecer Referencial 01/2020/PF/AGU.

A definição de Acordos de Cooperação está explícita em legislação ou normas oficiais, mas sim em peças processuais como o Parecer 15/2013 da Advocacia Geral da União que define O ACORDO de cooperação como um instrumento jurídico formalizado entre órgãos e entidades da Administração Pública ou entre estes e entidades privadas sem fins lucrativos com o objetivo de firmar interesse de mútua cooperação técnica visando a execução de programas de trabalho, projetos/atividade ou evento de interesse recíproco, da qual não decorra obrigação de repasse de recursos entre os partícipes. Por força do Artigo 116 da Lei 8.666/1993, a mesma se aplica a esta modalidade de instrumento jurídico (BRASIL, 2016).

O convênio assinado pelos órgãos atende ao ordenamento jurídico vigente e atribui benefício técnico e humano entre as instituições, além de ser um caminho viável para resolução de necessidades pontuais que podem ser sanadas mesmo sem a aplicação de recurso financeiro por nenhuma das partes, como pontua Ferreira.

... a cooperação técnica entre instituições é fundamental para a sustentabilidade das iniciativas, considerando a limitação dos recursos de financiamento para ações de educação, pesquisa e extensão. Além

disso, a cooperação técnica pode ampliar o desenvolvimento institucional (FERREIRA, 2021, p.6).

3. Metodologia e resultados da avaliação

Na intenção de compreender a abrangência estratégica de comunicação adotada pela Câmara Municipal de Itapevi para atrair o eleitor interessado em regularizar a situação eleitoral, foi realizado um levantamento quantitativo, entre 21 de fevereiro e 4 de maio de 2022, nos perfis do órgão nas redes sociais, buscadores na internet e meios de comunicação mantidos pela Câmara. O material foi analisado pela ótica da comunicação pública que, de acordo com autores (MATOS, 2009; BRANDÃO, 2011; DUARTE, 2011), é uma forma comunicativa promovida por instâncias da sociedade e focada no exercício da cidadania:

... na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômicos e social, em suma, provoca o debate público (BRANDÃO, 2011, p. 5).

Deixando claro que a comunicação promovida por órgãos públicos (federal, estadual ou municipal) pode despertar o civismo nas pessoas que tiveram acesso ao material comunicacional, além de proporcionar uma interação direta com o órgão. Sendo um “processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade, um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública (MATOS, 2009, p. 26).

No período, a Câmara publicou peças publicitárias em diferentes meios próprios de comunicação, site e Diário Oficial do Legislativo, perfis nas redes sociais (Twitter,

Facebook, LinkedIn e Instagram), além de ter enviado releases à imprensa regional (sites, jornais impressos, rádio comunitária, produtores de podcast e youtubers).

Ao fazer um levantamento quali-quantitativo das publicações, foram encontradas 48 inserções nos meios de comunicação e de interação social gerenciados pela Câmara de Itapevi, como site, Diário Oficial do Legislativo e perfis nas redes. Os perfis nas redes sociais receberam mais conteúdo sobre a regularização eleitoral. No site foram encontrados dois textos jornalísticos e duas capas do Diário Oficial do Legislativo.

Tabela 1 – Postagens e interações nos perfis da Câmara nas redes sociais

Rede Social	Postagens	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos
Facebook	11	19	-	13
Twitter	11	5	4	-
Instagram	11	19	-	-
LinkedIn	11	7	-	-

Fonte: Câmara Municipal de Itapevi

Os textos jornalísticos foram publicados nos dias 30 de março e 27 de abril, e acessados, segundo dados do próprio site, por 236 pessoas³. As publicações na capa do Diário Oficial do Legislativo ocorreram nos dias 30 de março e 29 de abril, faziam referência ao período eleitoral e traziam informações sobre os serviços prestados na Câmara: 1) 30 de março: informação da data limite, 4 de maio de 2022, para regularização, seguida de dois serviços que podiam ser acessados: transferência ou revisão do título; 2) 29 de abril: informações dos serviços disponíveis, solicitação do primeiro título de eleitor, transferência de domicílio, atualização de dados pessoais e inclusão do nome social. As duas peças tinham um telefone de contato para mais informações.

Tabela 2 – Publicações jornalísticas no site da Câmara de Itapevi sobre a cooperação técnica

Data	Título
------	--------

³ Dados observados no site da instituição até o dia 18 de maio de 2022.

27/04/2022	Final de semana: Câmara de Itapevi e Cartório Eleitoral realizam mutirão para regularização eleitoral
30/03/2022	Parceria intensifica regularização de título eleitoral em Itapevi

Fonte: Câmara Itapevi

Imagem 1 – Capas dos Diários do Legislativo com imagens da ação



Fonte: Câmara Municipal de Itapevi

Entre as ações de comunicação pública identificadas nos meios mantidos pela instituição, o estudo também recorreu a sites de busca online – Google, Bing, Yahoo, MSN – por meio de palavras-chave (Câmara Itapevi, Cartório Eleitoral Zona 359º, cooperação técnica Câmara e Cartório Eleitoral Itapevi, regularização eleitoral Itapevi, 1ª via do título de eleitor Itapevi), além das hashtags utilizadas pela instituição nas postagens – #cmi #parceriacartorioeleitoral #ouvidoriacmi #tituloeleitor #cidadania – para identificar publicações realizadas por outros meios de comunicação sobre a ação.

A busca resultou em 14 notícias sobre a cooperação técnica, publicadas em 12 meios de comunicação, entre sites, jornais impressos, podcast e rádio comunitária. O conteúdo

publicado pela imprensa teve como base os textos postados no site da Câmara, evidenciando que os mesmos foram encaminhados à imprensa como releases, além de um terceiro texto que não constava no site, mas que repercutiu na imprensa: “Itapevi tem mais de 17 mil títulos de eleitor cancelados, veja como regularizar”. Esta publicação ocorreu entre 29 e 31 de março em quatro veículos: Jornal Nova Oeste, Primeira Edição, O Repórter Regional e Jornal Digital da Região Oeste. O que pode evidenciar a elaboração de um conteúdo pensado estrategicamente para pautar a imprensa, uma prática comum em estratégias de comunicação pública.

Tabela 3 – Releases publicados pela imprensa

Publicação	Release	Veículos
26 a 29 de abril de 2022	Final de semana: Câmara de Itapevi e Cartório Eleitoral realizam mutirão para regularização eleitoral	Jornal Conexão Oeste, Página Zero, Jornal O Repórter Regional, Portal Viva Cotia, Jornal Imprensa SP, Web Diário, Jornal Primeira Edição, Jornal Expressão Regional, Rádio Astral, Podcast Expressão
29 a 31 de março de 2022	Itapevi tem mais de 17 mil títulos de eleitor cancelados, veja como regularizar	Jornal Nova Oeste, Jornal Primeira Edição, Jornal Digital da Região Oeste, Jornal O Repórter Regional
25/04/2022	Parceria intensifica regularização de título eleitoral em Itapevi	Jornal Primeira Edição

Fonte: Câmara Municipal de Itapevi

Durante a busca pelas palavras-chave, também foi identificado que três dos 14 meios de comunicação fizeram publicações dos releases em seus perfis nas redes sociais. No caso, os jornais Portal Viva Cotia⁴, Jornal Nova Oeste⁵ e Web Diário⁶.

⁴ Disponível em: < <https://www.facebook.com/PortalVivaCotia/posts/1910475509140025>>. Acessado em 10 mai. de 2022.

⁵ Disponível em: < <https://www.facebook.com/jornalnovaoste/>>. Acessado em 10 mai. de 2022.

⁶ Disponível em: < <https://www.facebook.com/diariodaregiao/>>. Acessado em 10 mai. de 2022.

Imagem 2 – Publicação dos releases nos perfis das redes sociais dos meios de comunicação



Fonte: Jornal Web Diário

Segundo dados da Ouvidoria Geral⁷ da Câmara Municipal de Itapevi, entre 21 de fevereiro e 4 de maio de 2022 o órgão do Poder Legislativo municipal atendeu 1.043 eleitores, seja para solicitar o primeiro título de eleitor, a transferência de domicílio eleitoral, a mudança de seção, a emissão da segunda via do título ou das guias de recolhimento de multa, ou ainda a alteração de dados pessoais. Deste total, 842 informaram o gênero, a faixa etária e a escolaridade. Entre os eleitores atendidos, 473 eram mulheres e 369, homens. 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% liam e escreviam; e 1,18% era analfabeto.

O volume de atendimento e a diversificação de gênero e escolaridade mostram que um dos objetivos foi atingido: ter conteúdo que seja de interesse de todos. Ou seja, uma relevância comum que prevalece sobre o desejo individual (particular) de um cidadão ou

⁷ Dados estatísticos disponíveis no site da Câmara de Itapevi: www.camaraitapevi.sp.gov.br

grupo. Esta comunicação gerou envolvimento e participação ativa da sociedade a partir da informação a que ela teve acesso (MATOS, 2009), proporcionando o seu engajamento no debate de temas coletivos, a ocupação da esfera pública que amplia o debate e a possibilidade do envolvimento das pessoas. Também foram privilegiados os interesses do cidadão e não apenas da instituição promotora da comunicação, como pontua Duarte (2009):

Comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia à informação e a expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e co-responsável (p. 61).

Ao analisar a ação da Câmara com base no que propõem os autores, constatou-se que o cidadão foi colocado na centralidade da estratégia comunicacional da instituição para que ele entendesse que, por um período determinado de tempo, o Legislativo municipal seria um posto de regularização eleitoral, apoiado pelo cartório. Após ter acesso ao conteúdo, o cidadão pode ter tido a sua participação estimulada.

Assim, é possível dizer que a Câmara forneceu informação e disponibilizou um canal de diálogo com o cidadão, via Ouvidoria, para esclarecer dúvidas. Ao mesmo tempo, a ação atende ao que Brandão (2011) chama de estímulo para o engajamento, uma vez que a comunicação realizada pela instituição conseguiu atender mais de 1.000 eleitores no período. Ou seja, convocou diferentes pessoas para fazer o alistamento eleitoral ou regularizar a sua situação junto à Justiça Eleitoral. 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” (p.5), como no caso da cooperação técnica entre a Câmara e o Cartório Eleitoral.

No mesmo sentido, Duarte (2011) reforça que a comunicação pública alinhava um caminho de interação e participação do cidadão a partir da informação recebida. Algo que

pode ser visto nas postagens realizadas pela Câmara em diferentes perfis nas redes sociais, informando que o cidadão podia tirar dúvidas pelo WhatsApp ou telefone.

Imagem 3 – Postagem no perfil da Câmara de Itapevi no Facebook

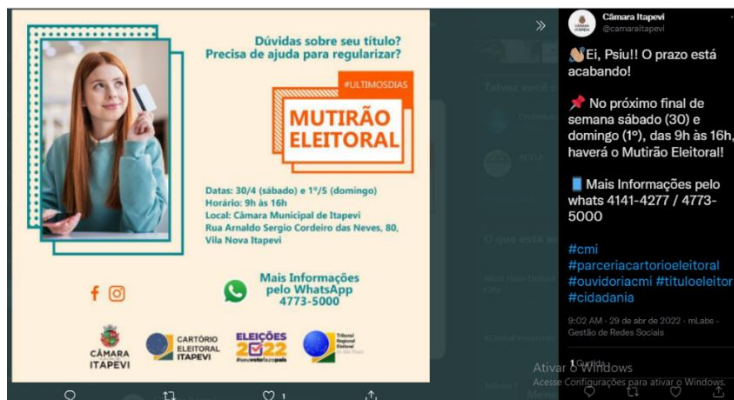


Fonte: Câmara de Itapevi

A utilização do site institucional e do Diário Oficial, e o envio de releases aos meios de comunicação na intenção de informar a população sobre a prestação de serviço – tudo isso somado ao uso das tecnologias de informação e comunicação (TICs) e das redes sociais – evidencia que a Câmara tinha a intenção de alcançar uma parcela significativa da cidade que também se faz presente nesses meios.

Essa busca pelo público no ambiente digital reforça o pensamento de Rolando (2011, p.27), que aponta para o uso das TICs na intenção de diminuir a distância entre instituições e cidadãos na vida cotidiana. Uma comunicação feita a partir de meios que não são de domínio exclusivo da imprensa, e de direto impacto com o público que tiver acesso ao conteúdo postado nas redes. Assim, a instituição, como pontuado pelo autor, passa a “não depender totalmente da mídia (que exerce uma mediação crítica e seleciona as notícias muitas vezes com base nas patologias ou na sua espetacularidade) para se comunicar com os cidadãos.”

Imagem 4 – Publicação realizada no perfil da Câmara no Twitter



Fonte: Câmara Municipal de Itapevi

A internet foi usada para promoção da comunicação pública e, principalmente, para divulgar os canais tradicionais de contato, como o telefone da Ouvidoria (Imagem 3). Entretanto, as possibilidades de interação vão além da proposta praticada pela Câmara nas postagens realizadas nas redes, como discorre Liberato (2011):

Os recursos da internet podem dispor de inúmeras informações e, devido à interatividade que proporciona, têm sido observados como formas de aumentar o engajamento político e solidificar a democracia. O intercâmbio de informações entre cidadãos e agentes políticos pode ocorrer por meio da plataforma da internet de forma mais direta e eficiente, quando comparado a outros meios de comunicação (LIBERATO, 2011, p. 7-9).

Esta forma de interação ocorreu a partir das curtidas, comentários e compartilhamentos (Tabela 1) feitos nas publicações nos perfis da Câmara no Facebook, Twitter, Instagram e LinkedIn. O volume de interações nas publicações pode ser considerado baixo. Contudo, estudo anterior realizado sobre o perfil do órgão no Facebook mostra que a rede tem potencial de pautar o debate público e promover o letramento político (DAMASCENO, FARIAS, 2021, p. 236-237). A instituição já demonstrou ser uma fomentadora da democracia no município, sendo capaz de “ampliar as ações de

comunicação pública, no sentido de manter o cidadão informado sobre a política local, além de torná-lo um agente mais participativo no debate das pautas de interesse público.”

Os conteúdos capazes de gerar interações e participação foram revisados a partir de pesquisas sobre comunicação pública (MATOS, 2009; BRANDÃO, 2011; DUARTE, 2011), o que possibilitou afirmar que a ação da Câmara de Itapevi atendeu em parte ao conceito, promoveu o exercício da cidadania e estimulou o engajamento da população nos campos políticos e de debate público (BRANDÃO, 2011). A pauta pública estava sendo divulgada nos meios de comunicação, a partir de inserções publicitárias do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), e por reportagens em diferentes veículos da imprensa, o que foi uma complementação local para fornecer informação de interesse coletivo a partir de um órgão público que representa a população, e que teve atuação comunicacional via redes sociais e no envio de release à imprensa.

Os meios de comunicação, próprios e de terceiros, utilizados pela instituição ampliaram a possibilidade de o cidadão ter acesso a uma informação de interesse público e que conecta a outros serviços. Sem o título de eleitor, com multa ou dados desatualizados, o cidadão fica impedido de votar e de participar ativamente do processo democrático. Não é possível obter passaporte, matricular-se em universidades, tomar posse em cargo público, dentre outros prejuízos (ITAPEVI, 2022). Essas informações foram publicadas em notícias no site institucional e em sites jornalísticos que receberam e reproduziram os releases.

Como destacado, a ação da Câmara conseguiu mobilizar uma parcela significativa da população – 1.043 eleitores, aproximadamente 0,42% de 244.131 habitantes (IBGE,2022). No entanto, apesar da abertura de diálogo com o cidadão e o uso das redes sociais, nota-se uma ausência de interação do cidadão a partir de comentários nos conteúdos postados (Tabela 1). Algo que pode ser justificado por duas óticas: 1) a falta

de histórico da instituição em responder os comentários recebidos mostra que a interação da Câmara na rede com os seus seguidores ainda é tímida (apesar de existente em outras postagens), pois os questionamentos recebidos seguiram sem resposta, como ressaltado em estudo de Damasceno e Farias (2021); ou 2) pelo fato de, entre as interações, a curtida ser a que tem maior incidência entre os usuários das redes sociais, pela praticidade em demonstrar simpatia, apoio ou discordância, sem precisar escrever um comentário (CHICARINO; SEGURADO, 2014).

Pode-se indicar, assim, que sem a ação de comunicação pública da Câmara, o público interessado em regularizar a sua situação eleitoral não recorreria à instituição, e não teria como compartilhar o saber adquirido com o próximo.

A ação reforça o papel da instituição como fomentadora de saber político e de comunicação de interesse público, sendo capaz de mobilizar pessoas com diferentes faixas etárias e escolaridades na cidade em situações específicas, como a da regularização eleitoral.

Entretanto, nota-se a falta de resposta aos comentários recebidos nas postagens realizadas nas redes sociais. Algo que diminuiu o alcance das publicações nas redes, além de ocasionar o desinteresse do cidadão em seguir interagindo, por meio de comentários, nos perfis institucionais, eliminando a existência de feedback entre o cidadão e a Câmara. Por fim, vale reforçar que foram identificados indícios de comunicação pública na ação, e que análises vindouras se fazem necessárias para acompanhar o desenvolvimento da comunicação pública praticada pela Câmara de Itapevi.

Considerações Finais

Segundo Brandão (2011), a comunicação pública de responsabilidade do Estado e governos tem como dever 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.

Entendida dessa forma, a comunicação por órgãos públicos (Executivo, Legislativo e Judiciário) em qualquer esfera desperta o dever cívico do cidadão, como foi possível observar na ação realizada pela Câmara Municipal de Itapevi, que utilizou diferentes meios de comunicação convocando a população para atualização eleitoral e solicitação do primeiro título na instituição. A ação atraiu 1.043 pessoas de diferentes idades e escolaridades para participar de um momento específico da vida do país. Também proporcionou o acesso ao serviço público e ao direito constitucional de todo cidadão – excluído digital, com baixo letramento e analfabetos – votar nas eleições de 2022.

A parceria entre a Câmara e o Cartório Eleitoral incidiu em um momento de reabertura dos órgãos públicos para o atendimento presencial ao cidadão, após meses de restrição de acesso devido à pandemia de Covid-19. A comunicação de interesse público informou ao cidadão sobre a abertura de um novo local para regularização eleitoral na cidade. Algo que aconteceu através dos meios de comunicação mantidos pela instituição e do envio de releases aos jornais, sites de notícias, podcasts e youtubers.

A ação comunicacional se enquadrou no conceito de comunicação social, como indica a literatura, ao disponibilizar informação de interesse coletivo, saber político e engajamento cívico por meio da comunicação pública gerada pela Câmara. Assim, é possível dizer que a instituição atendeu em parte ao conceito trabalhado pelos pesquisadores, e foi financiadora da comunicação pública. Contudo, ainda se faz necessário acatar o diálogo, uma vez que ao usar as TICs para ampliar o alcance da estratégia de comunicação, é preciso interagir com o cidadão que comenta as postagens realizadas pela rede, algo que não ocorreu nos comentários recebidos. Dessa forma, é importante acompanhar as ações

futuras da Câmara em atendimento ao pleno conceito da comunicação pública, uma vez que a instituição possui um perfil de fomentadora do saber e da informação política na cidade.

Referências

BRANDÃO, E. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. Disponível em:<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>>. Acessado em 15 mai. de 2022.

BRASIL. Modelos e Pareceres da Câmara Nacional de Convênios e Instrumentos Congêneres (CNCIC). **Advocacia-Geral da União**. Disponível em:<<https://www.gov.br/agu/pt-br/composicao/cgu/cgu/modelos/conveniosecongeneres>>. Acessado em 23 mai. de 2022.

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: 18 mai. de 2022.

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 mai. 2022.

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 10 mai. de 2022.

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

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

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

CHICARINO, T.; SEGURADO, R. **Posicionamento político no Facebook:** um estudo dos coletivos/movimentos sociais durante as eleições de 2014. Disponível em:<http://www.cpop.ufpr.br/portal/wp-content/uploads/2016_ebook_cpop_internet_e_eleicoes_no_brasil_cervi.pdf>. Acessado em 15 mai. de 2022.

DUARTE, j. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, J. (org). **Comunicação pública: estado, mercado e sociedade e interesse público.** São Paulo, Atlas, 2009.

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.

DE FARIAS, L.A. Y DAMASCENO, M.S. (2021). **A comunicação pública digital da Câmara Municipal de Itapevi no Facebook e as possibilidades de letramento político.** Revista Internacional de Relaciones Públicas, 22 (XI), 219-240. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-22-2021-12-219-240>. Acessado em 21 mai. de 2022.

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 18 mai. de 2022.

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 9 mai. de 2022.

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 9 mai. de 2022.

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>. Acesso em: 21 mai. 2022.

ITAPEVI tem mais de 17 mil títulos de eleitor cancelados. **Jornal Digital da Região Oeste.** Osasco, 30 mar. de 2022. Disponível em: <<https://jornaldigitaldaregiaooeste.com.br/itapevi-tem-mais-de-17-mil-titulos-de-eleitor-cancelados-veja-como-regularizar/>>. Acessado em 10 mai. de 2022.

ITAPEVI tem mais de 17 mil títulos de eleitor cancelados, veja como regularizar. **Jornal Nova Oeste.** Itapevi, 29 mar. de 2022. Disponível em: <<https://jornalnovaoste.com.br/itapevi-tem-mais-de-17-mil-titulos-de-eleitor-cancelados-veja-como-regularizar/>>. Acessado em 10 mai. de 2022.

ITAPEVI. **Diário Oficial do Legislativo.** Ano 2, Número 44 de 30 de março de 2022. Itapevi: Câmara Municipal, [2022]. Disponível em: <<https://www.camaraitapevi.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/Diario-Oficial-44-edi%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acessado em 10 mai. de 2022.

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 10 mai. de 2022.

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.