

A trajetória da área de Relações Públicas do Senado Federal

Marcia Yukiko Matsuuchi Duarte¹
Erika Leal Trezzi²

Resumo

Este artigo apresenta a trajetória histórica da área de Relações Públicas do Senado Federal brasileiro, aponta para o deslocamento do papel estratégico do setor nessa Casa Legislativa, quando da criação do sistema de comunicação com veículos de massa, e discorre sobre o processo de profissionalização e de reestruturação da área no Senado, cujos primeiros registros remontam ao ano de 1959.

PALAVRAS-CHAVE: relações públicas, comunicação, Senado Federal, história

Abstract

This article presents the historical trajectory of Public Relations in the Brazilian Senate, aims for loss of strategic role of this sector in that Legislative House, when it was created a system of communication with mass media, and discusses the process of professionalization and restructuring of the area in the Senate, whose earliest records date back to 1959.

KEY WORDS: public relations, communication, Federal Senate, history

Resumen

Este artículo presenta la trayectoria histórica de las relaciones públicas en el Senado brasileño, señala el desplazamiento del papel estratégico del sector en esta Casa Legislativa, cuando fue creado el sistema de comunicación con los medios de comunicación de masas, y se analiza el proceso de profesionalización y reestructuración del sector en el Senado, cuyos primeros registros datan de 1959.

PALABRAS CLAVES: relaciones públicas, comunicación, Senado Federal, historia

¹Mestre em Comunicação Social pela Universidade de Brasília (2003); Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela Universidade de Brasília (1986); Bacharel em Direito pela Universidade de Brasília (1993); Relações Públicas do Senado Federal (1998).

²Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (1991); Bacharel em História pela Universidade de Brasília (2008); Relações Públicas do Senado Federal (1998).

Origens e primeiros anos das Relações Públicas no Senado Federal.

As primeiras notícias que informam sobre a atividade no Senado Federal são pontuais e restritas a documentos administrativos. Não obstante, apontam para a sincronicidade entre o momento em que se dá o despertar do interesse dos gestores da Casa pela implantação de um serviço de Relações Públicas e o período em que a atividade ganha espaço no mundo empresarial e começa a se firmar como categoria.

A longa trajetória iniciou-se em 1959, sob a presidência do senador João Goulart, com a Portaria nº 12, editada pelo então primeiro-secretário, senador Cunha Mello, nomeando o servidor Ary Kerner Veiga de Castro, oficial legislativo, para estudar e propor um plano de organização para o serviço de Relações Públicas. Não identificamos vestígios da preservação de quaisquer originais do documento elaborado pelo senhor Veiga de Castro, o que nos impede de apontar com segurança se fora de fato concluído e mesmo se chegou a ser apresentado aos gestores da Casa. Após essa primeira iniciativa, doze anos se passaram até novos esforços serem direcionados à implantação do serviço.

Durante a década de 60, no entanto, a atividade continuou a crescer e a se desenvolver no Brasil, ao tempo em que o regime totalitário ganhava contornos mais rígidos sob a presidência do General Arthur da Costa e Silva.

A Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, decretada pelo Congresso Nacional e sancionada pelo presidente da República, definiu novos rumos para o desenvolvimento da profissão no País. A intitulação “profissional de Relações Públicas” passou a ser de uso privativo de bacharéis formados em cursos de nível superior, no Brasil ou no exterior (após revalidação), ou aos que já exercessem funções de Relações Públicas, em caráter permanente, pelo prazo mínimo de 24 meses, sendo comprovadamente sócios titulares da Associação Brasileira de Relações Públicas – Abrp, por período idêntico.

Outro ato com impacto direto no fortalecimento da profissão e das atividades de Relações Públicas aconteceu pouco mais de um mês depois. Em 15 de janeiro de 1968, o Presidente Costa e Silva fez publicar o Decreto nº 62.119, em que criava, no âmbito da Presidência da República, a Assessoria Especial de Relações Públicas – Aerp, responsável pelo assessoramento direto ao Presidente nos assuntos de comunicação.

No âmbito do Legislativo, somente alguns anos mais tarde, novos registros datados de 1971, arquivados e disponíveis para consulta no sistema Nadm¹, lançam luz sobre o desafio de mapear medidas práticas de implantação do setor que ao longo do tempo passou por diferentes formatos estruturais até ganhar as configurações que hoje conhecemos como a Coordenação de Relações Públicas do Senado Federal.

Em reunião ordinária da Comissão Diretora, realizada em 22 de setembro daquele ano de 1971, sob a presidência do senador Petrônio Portella, o primeiro-secretário Guido Mondin apresentou proposta de criação de novas funções, em caráter precário e temporário, para o quadro de profissionais do Senado.

¹Sistema de Normas Administrativas do Senado Federal.

Entre elas, pela primeira vez, consta a função de Encarregado do Setor de Relações Públicas, subordinada diretamente ao Diretor-Geral.

Progressivamente amadurecia a percepção das múltiplas possibilidades e contribuições que as técnicas de comunicação poderiam oferecer para dar publicidade às atividades legislativas. Já a percepção do viés estratégico da atividade, capaz de promover o diálogo e a interação do Senado e de seus representantes com a sociedade brasileira, ainda era pano de fundo incipiente. Os primeiros passos estavam dados, mas seriam necessários alguns anos para consolidar tal entendimento.

Processo de consolidação da área.

Apesar da extinção da Aerp, em 1975, e do endurecimento do regime político em vigor à época, com impactos nas formas de pensar e fazer comunicação no Brasil, os anos 70 trouxeram ganhos para a atividade, com a capacitação de profissionais nos novos cursos de nível superior abertos no País.

No Senado Federal, o processo de consolidação da área aos poucos avançava. Em 1972, a Resolução nº 58 - Regulamento Administrativo -, editada pelo Presidente Petrônio Portella, instituiu a Secretaria de Divulgação e de Relações Públicas – Sdirp como órgão de assessoramento superior e não mais em caráter precário e temporário. À Sdirp cabia planejar, supervisionar, controlar e dirigir a formulação e a execução de programas concernentes à política de divulgação, informando e esclarecendo a opinião pública sobre as atividades do Senado.

Quanto às competências específicas da Subsecretaria de Relações Públicas, área subordinada à Sdirp, o Regulamento Administrativo destacava, entre outras, os processos de comunicação externa. O artigo 48 do documento previa "(...) à Subsecretaria de Relações Públicas compete coordenar, orientar, controlar e dirigir as atividades relacionadas com os processos de comunicação externa do Senado Federal.(...)". A norma estabelecia ainda a composição da subsecretaria: Gabinete; Seção de Pesquisa e Planejamento e Seção de Recepção e Contatos.

À Pesquisa e Planejamento cabia organizar dados para planejamentos de Relações Públicas e manter contatos com outros órgãos para intercâmbio de informações. À Recepção e Contatos devia atuar em sintonia com a Diretoria-Geral e a Secretaria-Geral da Mesa para organizar cerimônias do Senado e sessões solenes do Congresso Nacional, além de acompanhar visitantes às dependências da Instituição. Nesse ponto, faltam elementos para afirmar se já em 1972 havia um embrionário Serviço de Visitação Pública ou se o acompanhamento era restrito aos visitantes convidados ou em visita de trabalho, mas chama a atenção o fato de que, desde aquela época, o profissional de Relações Públicas se dedicava a receber e orientar cidadãos em visita ao Senado. Outro dado reforça tal entendimento. Consta do Ato nº 5/1973, da Comissão Diretora, que o pagamento de diárias ao pessoal de Relações Públicas, no acompanhamento de visitantes, seria de no máximo 80 horas mensais, o que indica a existência da dinâmica de trabalho.

Ainda com base no Regulamento Administrativo, no capítulo que trata das disposições gerais e transitórias,

acrescente-se que a área de Relações Públicas respondia também pelo credenciamento dos profissionais de órgãos da imprensa diária, agências de notícias, estações de rádio e de TV, competência compartilhada com a direção da Sdirp.

E no Ato nº 6/1973, da Comissão Diretora, a Sdirp é citada como integrante do Conselho da Administração, órgão superior de planejamento e controle, que tinha como integrantes o Diretor-Geral, o Secretário-Geral da Mesa e os diretores da Assessoria e das Secretarias Administrativas, Legislativas e de Informação. A decisão demonstra a progressiva consolidação da área de Relações Públicas como setor de atuação estratégica, sempre em parceria com os principais grupos de gestores da Instituição.

Nos anos 80, mobilizações e mudanças entraram em cena. Brasileiros saíam às ruas aos milhares e ensaiavam protestos, fartos de um longo período de repressão e silêncio forçado. Defendiam mudanças para a consolidação de um modelo político democrático. A área de Comunicação Social do Senado foi capaz de perceber os impactos da mudança, o que se refletiu em sua dinâmica de trabalho.

Um dos primeiros reflexos pode ser percebido nos registros em Ata da 4ª reunião ordinária da Comissão Diretora, em 1985. O presidente José Fragelli apresentou o pleito de repórteres de rádios credenciadas junto ao Senado Federal e à Câmara dos Deputados. Os profissionais tinham acesso restrito às dependências e atividades da Casa e solicitavam autorização para trabalhar na cobertura e na divulgação da Sessão Solene destinada a dar posse ao Presidente da República, Tancredo Neves, e ao vice-presidente, José Sarney. À época, o diretor da Sdirp, João Orlando Barbosa Gonçalves, presente à reunião, argumentou em defesa do deferimento do pedido e esclareceu serem apenas nove as emissoras credenciadas. O pedido foi aprovado por unanimidade, mas valiam somente para repórteres já credenciados e que trabalhavam cotidianamente na cobertura das atividades do Congresso Nacional. A abertura era um tanto tímida, mas avançava.

Pouco depois, em 1987, concretizava-se talvez o reflexo mais significativo da força das manifestações por mudanças: a convocação da nova Assembleia Nacional Constituinte, que assumia o desafio de elaborar uma nova Carta Magna para o País, agora pautada também pelo inadiável compromisso de prestar contas de seus passos à sociedade, com ampla divulgação das atividades, debates e propostas em curso.

A projeção dos trabalhos legislativos e a crescente demanda por informações qualificadas e ágeis seguiam impactando a área de comunicação do Senado. Profissionais da Sdirp deram início à construção de um modelo inovador de comunicação. A Resolução nº 191, de 1988, altera o Regulamento Administrativo instituído em 1972, e estabelece que "(...) À Secretaria de Comunicação Social, sob orientação da Comissão Diretora, compete planejar, supervisionar, controlar e dirigir a formulação e execução de programas concernentes à política de divulgação, informando e esclarecendo a opinião pública sobre as atividades do Senado Federal e do Congresso Nacional quando em reunião conjunta das duas Casas.". A principal inovação não pode ser percebida à luz das competências previstas, mas com o olhar direcionado à composição inovadora de um sistema de comunicação. A Secretaria de Comunicação passava a contar com os seguintes serviços: Gabinete, Seção de Administração;

Subsecretaria de Divulgação (composta pela Seção de Imprensa, Seção de Rádio, Seção A Voz do Brasil, Seção de Televisão e Seção de Controle Informático-noticioso); e Subsecretaria de Relações Públicas. Mudou a forma de pensar e fazer comunicação no Senado. A cobertura jornalística dava ao cidadão condições de acompanhar as atividades legislativas de forma nunca antes vista no nosso País. Sessões plenárias do Senado Federal e do Congresso Nacional, audiências públicas nas comissões, atos da Comissão Diretora, eventos oficiais eram divulgadas. Formava-se no Senado um novo e arrojado sistema de comunicação.

A área de Relações Públicas seguia integrando a Secretaria de Comunicação, estruturando suas atividades, planejando, organizando e executando ações estratégicas, ampliando o espectro de atuação e buscando a profissionalização de seus recursos humanos, mas os veículos de comunicação que integravam a secretaria eram agora os principais atores nas decisões estratégicas. Ofereciam visibilidade imediata aos trabalhos legislativos e à atuação dos parlamentares. A cobertura e a interação com as mídias externas passavam ao centro das atenções.

Em 1997, a Resolução nº 9, editada sob a presidência do senador José Sarney, redefiniu as estruturas e competências dos órgãos do Senado. A configuração da Secretaria de Comunicação Social saiu mais uma vez fortalecida e o parlamento brasileiro sai à frente com a consolidação de um sistema de comunicação inovador e robusto, integrado pelas seguintes áreas: Gabinete, Serviço de Apoio Administrativo, Apoio Técnico, Coordenação de Divulgação e Integração, Coordenação Agência Senado, Coordenação Jornal do Senado, Coordenação Rádio Senado, Coordenação TV Senado, Coordenação de Projetos Especiais e Coordenação de Relações Públicas.

A Coordenação de Relações Públicas contava com um Serviço de Administração para suporte às suas atividades fim; um Serviço de Recepção e Contatos, para organizar eventos institucionais oficiais e atender visitantes brasileiros e estrangeiros; o Serviço de Pesquisa e Planejamento, responsável por levantar dados e informações para subsidiar planejamentos de Relações Públicas; e o Serviço de Cooperação Institucional, ao qual cabia articular ações cooperativas com órgãos internos e externos. Pela primeira vez, a Comunicação interna passou a constar entre as competências da área.

A Resolução nº 9 teria ainda outro impacto decisivo nas estruturas e na gestão de da Comunicação. Determinava a transformação de 50 cargos de Analista Legislativo da área de apoio técnico ao processo legislativo para cargos de Analista de Comunicação, a serem preenchidos mediante concurso público. Entre as vagas, 35 foram efetivamente destinadas a profissionais com habilitação em jornalismo. Outras 15 para os com habilitação em Relações Públicas. A mudança possibilitou a profissionalização dos serviços em todas as áreas. A partir de 1998 os profissionais técnicos qualificados especificamente em jornalismo e relações Públicas passaram a integrar a Secretaria de Comunicação Social e contribuir para uma nova etapa dos trabalhos na Casa.

Tempos de reestruturação.

A partir de 1998, com o processo de redemocratização do País, a demanda por informações sobre o trabalho realizado pelo Congresso Nacional e especialmente pelos parlamentares cresce e torna-se diária, pressionando

a Instituição a prestar contas à sociedade. A exigência não fica restrita ao conteúdo do trabalho legislativo, o cidadão quer também participar, ser ouvido, buscar novos espaços de atuação política que, por sua vez, exigem a abertura de diferentes canais de diálogo e relacionamento².

Esse momento de retomada da participação política ativa, que passa a exigir uma aproximação permanente do Senado com a sociedade vem ao encontro do trabalho já realizado pelo setor de Relações Públicas e vai operar como uma ferramenta propulsora para o desenvolvimento da área, promovendo uma reestruturação. Dentro dessa nova realidade, a Relações Públicas faz uma revisão conceitual de sua missão e objetivos, atualiza projetos então em andamento, entre eles o Programa de Visitação do Senado, e introduz novos canais de comunicação como o Serviço 0800 – A Voz do Cidadão.

Em razão da própria natureza da sua atividade, focada na relação mais próxima e de interação com o cidadão, a Relações Públicas consolida-se como uma importante área da Comunicação para a qual muitas das novas demandas da sociedade serão encaminhadas, pois é o setor que historicamente cuidou do diálogo e do relacionamento com os públicos do Senado. A demanda crescente por mais informações, a busca de diálogo com a Instituição, a ampliação da interface com os vários segmentos da sociedade direcionou naturalmente para a Relações Públicas as ações de atendimento direto do cidadão, o que gerou uma retomada das ações de relacionamento com a sociedade e um processo de revalorização no âmbito da Secretaria de Comunicação do Senado³, iniciando um reposicionamento da SRP.

Os demais veículos de comunicação da Casa aproveitam o momento para se consolidarem como ferramentas de comunicação de massa, num modelo que tinha por objetivo garantir a divulgação dos trabalhos realizados pela Instituição, de modo a aumentar a exposição e a interface com a sociedade, contornando os problemas do pouco espaço de publicação na mídia comercial e eventuais distorções nas matérias publicadas sobre as atividades parlamentares.

Na esteira do processo de consolidação da área de Comunicação do Senado, o setor de Relações Públicas concentra sua estratégia de atuação em ações de comunicação integrada e passa a empregar as novas tecnologias e as inúmeras possibilidades oferecidas pela integração Internet, computador e telefone. Esse novo cenário permitiu que o setor priorizasse projetos e programas voltados para o gerenciamento da informação e seu uso pela Instituição e pela sociedade, estabelecendo o diálogo e uma nova forma de relacionamento do Senado com o cidadão.

²Os detalhes sobre o período de mudanças na área de Comunicação do Senado podem ser vistos no trabalho “Central de Atendimento 0800 do Senado Federal, uma história de conquistas para o cidadão”. Disponível em <http://www.portal-rp.com.br/livros/historiarp.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2013.

³Exceto a área de Relações Públicas, criada em 1972, os veículos de comunicação do Senado Federal foram implantados de modo concentrado no início da década de 90: Jornal do Senado (1995), TV Senado (1996), Rádio e Agência Senado (1997).

Em 1996, a área de Relações Públicas propôs e o Senado Federal foi o primeiro órgão do Poder Legislativo a criar um canal próprio de comunicação com o cidadão, 0800 Senado – A Voz do Cidadão (0800 612211), com atendimento direto e gratuito, utilizando o sistema 0800 de telefonia e outros meios eletrônicos (fax, e-mail, Internet)⁴.

O novo Serviço permitiu centralizar o recebimento de mensagens, sistematizar o atendimento e distribuir demandas de modo estratégico e organizado. A Voz do Cidadão era o canal por meio do qual a sociedade podia encaminhar aos senadores e à Instituição dúvidas, sugestões, críticas e pedidos de informação⁵. O Serviço poderia receber e responder diretamente ao cidadão, oferecendo atendimento gratuito e com alcance nacional, de qualquer ponto do território onde houvesse um telefone (telefonia fixa ou celular).

Além de configurar-se como o principal canal de relacionamento do cidadão com o Senado, seja com os parlamentares ou com a própria Instituição, o Serviço 0800 estava apto a realizar pesquisas de opinião para subsidiar os trabalhos legislativos, operar como ferramenta de canalização de demandas da sociedade e de discussão dos temas de interesse nacional, podendo viabilizar eventos digitais, como chats coletivos, encaminhar perguntas para as audiências públicas, entre outras ações interativas.

A partir de 2004, com as mudanças na estrutura da Secretaria de Comunicação do Senado, o Serviço 0800 deixa de integrar a área de Relações Públicas e passa a se chamar Secretaria de Pesquisa e Opinião Pública - Sepop, composta pelo Alô Senado – Central de Relacionamento com o cidadão; DataSenado – área destinada à realização de pesquisas de opinião pública e pelo Senado na Mídia – setor responsável pela elaboração dos clippings institucionais da Casa. Em 2013, com novas mudanças administrativas no Senado, a Sepop perde o status de secretaria e passa a integrar a Secretaria de Transparência⁶, órgão da Presidência do Senado, denominando-se Coordenação de Pesquisa e Opinião.

O ano de 2009 pode ser considerado um divisor de águas na área de Relações Públicas, pois foi marcado por um trabalho coletivo de discussão sobre a atuação do setor. Foi um movimento de repensar a área, realizado por todos os membros da equipe, que deliberou pela implantação de um Programa de Revitalização de

⁴Em maio de 1996, a então Subsecretaria de Relações Públicas do Senado Federal propôs a criação de uma Central de Atendimento ao Cidadão que inicia oficialmente suas atividades em 21.01.1997, como “Serviço 0800 – A Voz do Cidadão”.

⁵ Os veículos de comunicação do Senado não tinham estrutura adequada para atender às demandas que chegavam do cidadão, a TV e a Rádio Senado tinham alcance limitado e os demais veículos, Agência e Jornal do Senado, não eram instrumentos próprios para repassar as mensagens para os parlamentares ou para a Instituição e não havia como gerenciar e sistematizar as mensagens do cidadão.

⁶Ato da Comissão Diretora nº 14, de 2013, art. 235, §2º. Altera e consolida as Partes II e III do Regulamento do Senado Federal, que tratam, respectivamente, do Regulamento Orgânico e do Regulamento de Cargos e Funções. Pelo referido Ato, a Coordenação de Pesquisa e Opinião passa a ser constituída dos seguintes setores: Serviço de Apoio Administrativo; Serviço de Pesquisa de Opinião DataSenado; Serviço de Relacionamento Público Alô Senado e Serviço de Gerenciamento de Sistemas.

Processos de Gerência, Planejamento Estratégico e Comunicação interequipes, voltado prioritariamente para a reestruturação e modernização da área. O Programa incluiu ações de múltiplas naturezas desde a reorganização física do setor, seleção e arquivamento de documentos, reforma espacial e de procedimentos, criação de novos instrumentos de comunicação interna até a elaboração do Planejamento Estratégico da SRP.

Comunicação digital e interativa: novos instrumentos e estratégias.

Em 2010, a Secretaria de Relações Públicas começa um processo de modernização priorizando a implantação de instrumentos de comunicação digital e interativa. Ao longo desse ano, desenvolveu vários projetos para Web, destacando-se a criação das Páginas do Setor, do Programa Visite o Congresso e do Concurso de Redação. Assim, ampliou a oferta de produtos e serviços oferecendo conteúdos de interesse direto do cidadão-usuário. Com a criação dessas novas ferramentas para Web, a Relações Públicas triplicou os canais de comunicação com a sociedade, agilizou o tempo de resposta, simplificou o acesso à informação e sistematizou o atendimento.

O site da SRP trouxe, pela primeira vez, a agenda de eventos institucional publicada on-line, com a possibilidade de confirmação de presença ou registro de escusa pela web, reduzindo em um primeiro momento 50% do tempo gasto no atendimento via telefone do público destinatário dos eventos e, em uma segunda fase, alcançando uma redução de 80% nas chamadas telefônicas. A área inicia também a substituição de convites impressos por convites eletrônicos promovendo a economia de recursos.

A Secretaria de Relações Públicas cria, ainda, ferramentas específicas para o público interno do Senado desenvolvendo um sistema intranet para a área, sistematizando e organizando a oferta de produtos e serviços como o empréstimo de materiais, agendamento de visitas, consultoria de eventos etc. Outras medidas também foram adotadas como a criação de convites eletrônicos, adoção de assinaturas eletrônicas, padronização dos informes e comunicados.

O processo de adoção das novas Mídias Sociais pela Secretaria de Relações Públicas prossegue, mas direcionado às atividades já realizadas pela área, como o Programa Senado Jovem Brasileiro, constituído pelo Concurso de Redação do Senado e o Projeto Jovem Senador, e pelo Programa Visite o Congresso.

A partir de abril de 2011, em razão de mudanças operacionais, o setor deixa de realizar o desenvolvimento de suas próprias ferramentas digitais, tarefa que passou a ser de responsabilidade da Agência Senado. A produção de conteúdo e a administração das páginas institucionais continuaram sob a responsabilidade da Relações Públicas.

Em 2012, já consolidada a integração operacional do Concurso de Redação e do Jovem Senador, foi criada uma única Página para os projetos que entrou no ar em abril de 2012. No mesmo ano, foi possível publicar também a "Visita Virtual"⁷ do Programa Visite o Congresso, com qualidade técnica e recursos para publicação

⁷Para conferir a Visita Virtual, acesse http://www.senado.gov.br/senado/visitavirtual/flash/index_senado.html.

de conteúdos.

Em 2013, o Projeto Jovem Senador amplia sua ação nas Redes Sociais e cria perfis próprios no Facebook, Google+ e no Instagram. Já o Programa de Visitação publica sua nova página, integrada com a Câmara dos Deputados, com novo endereço eletrônico⁸.

Ainda está em compasso de definição a competência atribuída ao setor de Relações Públicas que passa a gerir o trabalho do Senado Federal nas Mídias Sociais, conforme disposto no Ato da Comissão Diretora nº14/2013, que estabeleceu a última Reforma Administrativa realizada no Senado Federal.

Programa Senado Jovem Brasileiro.

Criado por meio da Resolução nº 42/ 2010 e pelo Ato nº07/2010 da Mesa Diretora, o programa tem o objetivo de proporcionar aos estudantes conhecimento acerca da estrutura e do funcionamento do Poder Legislativo brasileiro, bem como estimular um relacionamento permanente dos jovens cidadãos com o Senado. Trata-se de uma iniciativa da atual Coordenação de Relações Públicas e da Secretaria-Geral da Mesa do Senado Federal em parceria com o Ministério da Educação (MEC) e com o apoio do Conselho Nacional de secretarias de Educação (Consed) e das Secretarias de Educação dos estados e do Distrito Federal.

Integram o programa o Concurso de Redação do Senado Federal e o Projeto Jovem Senador⁹ (desde 2011). O concurso é realizado desde 2008 e inicialmente teve por objetivo estimular a reflexão sobre a cidadania e a participação democrática, por meio da elaboração de textos opinativos e da valorização da língua portuguesa. A partir da criação do programa Senado Jovem Brasileiro, em 2010, passou a ser também a forma de acesso ao projeto Jovem Senador. Em 2011, quando os dois projetos passaram a ser realizados de forma integrada, o nome síntese Jovem Senador foi adotado para todas as referências relativas ao conjunto das atividades do Programa.

A cada edição, os estudantes classificados em primeiro lugar no Concurso de Redação, em cada um dos estados e no Distrito Federal – um por unidade da Federação - são automaticamente selecionados para vivenciar, em Brasília, o processo de discussão e elaboração das leis do País, simulando a atividade de Plenário e vivenciando a experiência de atuar como senadores da República. Podem participar os estudantes do ensino médio, com até 19 anos, regularmente matriculados nas escolas públicas dos estados e do Distrito Federal. Cada aluno pode participar em apenas uma edição. Na Capital Federal, com o apoio da equipe técnica e com acesso à infraestrutura da Casa, eles apresentam projetos de lei que podem ser abrigados pela Comissão de Direitos Humanos e Participação Legislativa e ter tramitação real no Senado. Os alunos também são premiados com notebooks e as escolas dos três primeiros colocados, dentre os 27 estudantes, recebem computadores para uso coletivo e material informativo para compor o acervo de suas bibliotecas.

⁸Para conferir o novo endereço do Programa Visite o Congresso, acesse www.congressonacional.leg.br/visite.

⁹Página oficial do Jovem Senador: www.senado.gov.br/jovensenador.

Planejamento estratégico: antecipando tendências.

Em 2010, a área de Relações Públicas participou com os veículos e serviços da SECS de todas as etapas do projeto de elaboração do Plano Estratégico para a Comunicação do Senado Federal, previsto para ser implementado no período de 2010 a 2018, e dos preparos para sua consequente Gestão Estratégica. Em termos práticos, os ganhos do Plano ainda são tímidos. Mesmo assim, um resultado merece destaque: o lançamento do Manual de Comunicação da Secs, em formato digital, conforme Ato da Comissão Diretora nº 18/2012, trabalho que teve a participação em tempo integral de um representante das Relações Públicas.

A elaboração do Plano Estratégico, portanto, foi um momento importante de consolidação do papel das Relações Públicas no âmbito da Comunicação do Senado. Ao integrar os grupos de discussão temáticos, a área teve a oportunidade de mostrar a qualidade dos trabalhos desenvolvidos em prol da consolidação da comunicação institucional da Casa com seus diversos segmentos de público e também de apresentar a qualificação profissional dos seus integrantes. Alguns projetos de sua iniciativa ganharam o status de projetos de interesse institucional e prioridade para atendimento das demandas, a exemplo do Programa Visite o Congresso e do Jovem Senador.

Programa Visite o Congresso.

O atual formato do Programa de Visitação do Congresso Nacional foi adotado em 2004, com a unificação dos projetos do Senado Federal e da Câmara dos Deputados, que até então funcionavam separadamente.

Em razão da ausência de dados oficiais sistematizados, não é possível precisar qual seria a data de abertura de projetos de visitação no Senado. Todavia, com base em documentos da área de Relações Públicas e depoimentos de servidores da Casa, compilados em um Diagnóstico¹⁰ realizado em 2001, pode-se registrar que o Senado teria iniciado as visitas com o público em geral, de forma sistematizada, em 1985, com o Projeto “Tour do Senado”. Há registros de que em 1994 iniciou-se um Projeto de visitação para públicos específicos denominado “Conheça” e os primeiros grupos recebidos seriam formados por empresários, parlamentares estrangeiros e estudantes.

Em 1996, após dez anos de atuação, o Programa de Visitação passa a ser chamado de “Visite o Senado”, reformulando o modelo de atendimento. Em 1998, com o ingresso de novos profissionais de Relações Públicas na área, o Programa ganha em especialização, é reestruturado e amplia sua capacidade de trabalho.

O Programa segue ampliando o atendimento e promovendo mudanças operacionais para possibilitar a adequação das visitas também aos públicos com demandas específicas como idosos, estudantes, pessoas com defi-

¹⁰Trata-se de trabalho realizado para o Projeto Visite o Senado, em 2001, objetivando o levantamento completo de todos os dados sobre o Programa de Visitação incluindo registro histórico, análise das estruturas e processos operacionais, métodos de avaliação entre outros aspectos.

ciência etc. A partir de 2004, inicia uma nova fase administrativa, passando a operar de forma conjunta com a Câmara dos Deputados, unificando o projeto e o atendimento ao público. O formato diferenciado e estratégico trouxe benefícios ao cidadão-visitante, pois a visita unificada diminuiu o tempo de espera e aumentou a compreensão do público sobre o bicameralismo do parlamento brasileiro. Além disso, as informações ganharam em qualidade e acessibilidade e os procedimentos foram padronizados, agilizando os trabalhos e permitindo uma oferta mais ampla de horários de atendimento, visitas agendadas, visitas combinadas com exposições realizadas no Congresso, entre outros produtos e serviços.

Cenário atual.

A Corep conta com 12 servidores efetivos profissionais de Relações Públicas. A maior parte da equipe dedica-se ao planejamento, coordenação e execução dos eventos institucionais, cuja demanda registra, desde 2010, crescimento médio de 11% ao ano, sobretudo nos eventos voltados à divulgação do trabalho legislativo. A área de eventos tem centrado esforços no sentido de automatizar seus processos operacionais de modo a ganhar em agilidade e produtividade. Em 2013, a área conseguiu efetivar alguns projetos paralelamente à realização dos eventos, como a produção do Manual de Organização de Eventos do Senado Federal, a elaboração de documentos reguladores como o Cerimonial do Legislativo e o Cerimonial do Congresso Nacional. Um dos seus maiores projetos é o Jovem Senador, que se consolidou como iniciativa não somente das Relações Públicas, mas do Senado Federal e mobiliza diversos setores da Casa para sua realização, com repercussões muito positivas junto aos seus públicos-alvo.

Outra área de atuação das Relações Públicas concentra-se no planejamento, execução e/ou apoio às exposições, campanhas institucionais e ações de comunicação interna. É a área que atualmente responde pelas ações do setor nas Redes Sociais.

A visitação institucional continua sendo uma das iniciativas de peso do setor, envolvendo o programa de visitas, visitas especiais, intercâmbio com outras instituições que fazem visitas institucionais (Viibra) e o Turismo Cívico. De 1995 a 2013, em 18 anos de atendimento direto ao público, registrou um crescimento de 2.145% no número de visitantes ao Palácio do Congresso Nacional. Nos últimos três anos, o Visite o Congresso tem registrado uma média de 180 mil visitantes por ano. Em razão dos eventos esportivos nacionais e internacionais previstos para ocorrer em Brasília e no Brasil, o Programa de Visitação planeja ações estruturais para melhor atender o aumento no número de visitantes previsto para os próximos anos.

Em 2013, com a posse da nova Mesa do Senado, mudanças administrativas foram promovidas na Casa e impactaram a Secretaria Especial de Comunicação Social - Secs.

Publicado no Boletim Administrativo Eletrônico de Pessoal nº 5233, de 29/05/2013, e no Diário do Senado Federal nº82, de 4 de junho de 2013.

Com a publicação do Ato da Comissão Diretora nº14/2013¹¹, em seu art. 272, a estrutura de Comunicação foi alterada e a área de Relações Públicas perde em status, assim como os demais órgãos da SECS, passando para o nível de Coordenação. Sua nova composição organizacional, de acordo com o art. 278, passa a ser a seguinte: Serviço de Eventos Administrativos; Serviço de Eventos Legislativos e Protocolares; Serviço de Visita Institucional; Serviço de Cooperação Institucional; Serviço de Relacionamento com a Mídia; e Serviço de Difusão da Atividade Legislativa e Institucional. Com eficácia a partir de 1º de julho de 2013, o Ato nº14/2013 exigiu uma reestruturação no setor de Relações Públicas e os ajustes necessários estão sendo implementados, como a readequação dos processos operacionais, de registro das atividades e avaliação, recomposição da equipe de trabalho e a consequente atualização do planejamento estratégico do setor.

Até o encerramento deste relato histórico, uma das últimas deliberações da Presidência do Senado foi estabelecida pelo Ato nº33, de 23/08/2013, publicado no Boletim Administrativo do Senado Federal nº 5.298, de 23/08/2013, que define no art. 1º: “A Diretoria-Geral é o órgão do Senado Federal autorizado a prestar quaisquer informações ou esclarecimentos de natureza administrativa aos órgãos de comunicação”. Essa medida implicará um novo posicionamento da Coordenação de Relações Públicas, que até agora tem respondido por parte das ações de Relacionamento com a Mídia. Ainda como parte dessas recentes mudanças administrativas do Senado, a área de Relações Públicas passará a ser responsável pela Comunicação Interna da Instituição, atividade que até setembro/2013 foi de responsabilidade da Direção-Geral da Casa.

Os 42 anos das Relações Públicas do Senado Federal refletem, ao final, a própria evolução da atividade no Brasil, e sua história se consolida à medida que a participação política do cidadão aumenta e se cristaliza em cidadania ativa. Hoje, o que se vislumbra no horizonte é uma demanda crescente por ações de Relações Públicas na esfera pública de discussão política, em um tempo de comunicação multidirecional e de busca por espaços de defesa de interesses individuais e coletivos, quando a Comunicação com o cidadão nos moldes tradicionais não mais atende às demandas da sociedade.

Este artigo não pretende encerrar a recuperação histórica da atividade de Relações Públicas do Senado e representa, antes de tudo, um levantamento preliminar, documental e bibliográfico, para dar início a um trabalho ainda maior e mais completo de pesquisa sobre esse setor.

¹¹Ato da Comissão Diretora nº 14, de 2013. Altera e consolida as Partes II e III do Regulamento do Senado Federal, que tratam, respectivamente, do Regulamento Orgânico e do Regulamento de Cargos e Funções.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Congresso. Senado Federal. Plano Estratégico 2010-2018 – Diretrizes para a Gestão Estratégica da Secretaria de Comunicação Social do Senado Federal. Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações – SEEP, 2010.

_____. Congresso. Senado Federal. Regimento Interno: Ato da Comissão Diretora nº 07, de 2010. Regulamenta a Resolução nº 42, de 2010, que cria o Programa Senado Jovem Brasileiro no âmbito do Senado Federal. Banco de dados Nadm. Brasília: Senado Federal.

_____. Congresso. Senado Federal. Regimento Interno: Ato da Comissão Diretora nº18, de 2012. Dispõe sobre o Manual de Comunicação da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secs). Banco de dados Nadm. Brasília. Senado Federal.

_____. Congresso. Senado Federal. Regimento Interno: Ato da Comissão Diretora nº14, de 2013. Altera e consolida as Partes II e III do Regulamento do Senado Federal, que tratam, respectivamente, do Regulamento Orgânico e do Regulamento de Cargos e Funções. Banco de dados Nadm. Brasília: Senado Federal.

_____. Congresso. Senado Federal. Regimento Interno: Resolução nº 42, de 2010. Cria o Programa Senado Jovem Brasileiro no âmbito do Senado Federal. Brasília: Senado Federal, 2011.

_____. Congresso. Senado Federal. Regimento Interno: Resolução nº 48, de 2012. Altera a Resolução nº42, de 2010, que “cria o Programa Senado Jovem Brasileiro no âmbito do Senado Federal”, para modificar critérios de participação dos estudantes. Banco de dados Nadm. Brasília: Senado Federal.

DE MOURA, Claudia Peixoto (Org.) História das Relações Públicas: fragmentos da memória de uma área (recurso eletrônico). Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

DUARTE, Marcia Yukiko. Participação do Cidadão e Atuação Parlamentar – O Caso do Serviço 0800 do Senado Federal. Brasília: Dissertação de Mestrado, UnB, 2003.

DUARTE, Marcia Yukiko. Central de Atendimento 0800 do Senado Federal, uma história de conquistas para o cidadão. Trabalho apresentado no II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, GT - História das Relações Públicas, Florianópolis: 2004.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, Portal do Planalto, www.planalto.gov.br/ccivil

SENADO FEDERAL, Secretaria de Relações Públicas do. Diagnóstico de Comunicação do Projeto Visite o Senado. Arquivo eletrônico. Brasília, 2001.

SILVA PINTO NETO, Aguirre Estorilio. Com a palavra, o visitante: avaliação e mensuração de resultados do programa visite o Congresso. In: Universitas Arquitetura e Comunicação Social. v.10. Brasília: UniCEUB, 2013.