

**Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas da
Assembleia da República: Plano de Ação Estratégica para o
desenvolvimento da área educativa**

Ana Curvo Semedo de Carvalho Dias

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUBMETIDO COMO REQUISITO PARCIAL PARA A
OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM GESTÃO ESTRATÉGICA DAS
RELAÇÕES PÚBLICAS

Orientadora:

Prof.^a Doutora Ana Luísa Raposo

Escola Superior de Comunicação Social – I.P.L.

Novembro 2014

Declaração

Declaro ser a autora deste trabalho, parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas, que constitui um trabalho original e inédito que nunca foi submetido (no seu todo ou em qualquer das suas partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Atesto, ainda, que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Lisboa, 10 de novembro de 2014

(Ana Curvo Semedo de Carvalho Dias)

Ao meu Pai, à minha Mãe e à minha Irmã.

Obrigada.

Agradecimentos

Realizar um trabalho desta natureza seria para mim impensável sem o apoio e a amizade de diversas pessoas que me acompanharam ao longo deste percurso.

Primeiramente, quero agradecer à Professora Doutora Ana Luísa Raposo, minha orientadora, pela paciência e pelo empenho com que acompanhou este projeto. Agradeço, também, à Professora Doutora Mafalda Eiró-Gomes pelo apoio e pela dedicação demonstrados no decorrer destes dois anos de Mestrado.

Tendo em conta que este trabalho teve por base a realização de um estágio, agradeço à Assembleia da República por ter permitido que este tivesse lugar nos seus espaços e, em particular, à fabulosa equipa que integra o Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas, por todo o carinho com que me acolheram e por todos os ensinamentos que comigo partilharam. Em particular, quero agradecer ao Dr. Victor Silva, chefe dessa divisão, pela pronta disponibilidade demonstrada e à Dr.^a Marlene Viegas, orientadora deste estágio, pelo profissionalismo e pela forma incansável com que me presenteou ao longo destes três meses.

Agradeço, ainda...

À minha mãe - e melhor revisora de texto de sempre -, Maria da Luz, por tudo e mais alguma coisa, por estar sempre ao meu lado, pronta para me ajudar e dar alento para seguir em frente; à minha irmã, Filipa, por ser a melhor amiga e companheira de todas, a todas as horas; à minha avó, Marília, pela ansiedade e preocupação demonstrada ao longo deste percurso. Obrigada às três, por serem a melhor família do mundo.

Ao meu namorado, João, que acompanhou este processo desde o início e que sempre arranjou a palavra certa, no momento certo, mesmo quando tudo parecia não correr como o planeado - “Estamos juntos”.

À Raquel, à Inês e à Andreia, pela amizade e pelos tão úteis “*brainstorming*” na mesa de café.

A todos, muito, muito obrigada! ☺

Resumo

Neste Relatório de Estágio apresenta-se a atividade de Relações Públicas (RP) como uma função estratégica, capaz de criar novos caminhos de diálogo entre um órgão de soberania e os cidadãos. Neste sentido, são expostas as funções de um departamento de RP neste tipo de organizações, especificando o motivo da sua existência e os diversos eixos que regem a sua atuação.

Partindo de uma reflexão teórica sobre a atividade de RP - e com base na experiência adquirida no estágio realizado na Assembleia da República e que serviu de suporte à realização deste estudo -, apresenta-se, aqui, uma proposta de Plano de Ação Estratégica, que poderá contribuir para a divulgação da atividade de um órgão de soberania junto dos cidadãos, de diferentes faixas etárias, ajudando-o, deste modo, a exercer as suas competências pedagógicas e promovendo uma maior interação entre estes dois pilares da sociedade.

Palavras-chave: Relações Públicas, Serviços do Estado, Órgãos de Soberania, Cidadãos, Educação.

Abstract

This Training Report presents Public Relations (PR) as a strategic procedure capable of opening new paths towards a dialogue between a body that exercises sovereign power and citizens. Thus, the functions/duties of a PR department in this sort of organization, its existence and the various aspects of its action are set out in this paper.

As a theoretical reflection on the PR activities – based upon the training experience in the Portuguese Parliament which supports this study – a Strategic Action Plan is proposed hereby which could provide the means to disseminate to all citizens the work of a body that exercises sovereign power, helping this body exercise its pedagogical responsibilities and promote a wider interaction between these two pillars of our society.

Keywords: Public Relations, State Services, Bodies Exercising Sovereign Power, Citizens, Education.

Índice

	Pág.
Agradecimentos	v
Resumo	vi
<i>Abstract</i>	vii
Índice	viii
Índice de Figuras, Quadros e Gráficos	xi
Lista de Abreviaturas e Siglas	xiii
Introdução	1
Capítulo I – Relações Públicas	
1. Relações Públicas	5
1.1. Função e papel do profissional de Relações Públicas na Organização	7
1.2. Papel das Relações Públicas na sociedade	10
1.3. Conceito de Público	12
1.4. Modelos de Relações Públicas	14
1.5. Processo de Relações Públicas em quatro etapas	17
Capítulo II – A Assembleia da República	
1. Órgãos de Soberania de Portugal	20
2. A Assembleia da República	22
2.1. História do Parlamento português	22
2.1.1. Espaços do Palácio de S. Bento	26
2.2. Funcionamento da Assembleia da República	30
2.2.1. Estatuto/Composição/Eleição	31
2.2.2. Competência Legislativa	32

2.2.3. Administração e Serviços	34
---------------------------------	----

Capítulo III – Comunicação externa dos serviços do Estado

1. Cultura da Administração Pública	36
1.1. Modelo dos Valores Contrastantes	39
2. Comunicação nos serviços do Estado	41
2.1. Envolvimento do Público	41
2.2. Relações Públicas nos serviços do Estado	42

Capítulo IV – Contexto de Estágio – Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas, da Assembleia da República

1. Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas	49
1.1. Acolher os cidadãos	51
1.2. Ir ao encontro dos cidadãos	60

Capítulo V – Serviço Educativo do Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas

1. Metodologia	66
2. Contextualização	67
3. Plano de Ação Estratégica para o desenvolvimento da área educativa do CIC/RP	69
3.1. Investigação	69
3.1.1. Análise da situação atual	69
3.1.2. Análise SWOT	76
3.1.3. Definição da Oportunidade	77
3.2. Planificação	77
3.2.1. Meta	78
3.2.2. Públicos	78
3.2.2.1. Alunos do Ensino Básico	79
3.2.2.2. Alunos do Ensino Secundário	80
3.2.2.3. Ensino Básico e Secundário: Docentes	80
3.2.2.4. Alunos das Instituições de Ensino Superior	81
3.2.2.5. Idosos dos Lares e Centros de Dia	82
3.2.3. Objetivos específicos por público	82

3.2.4. Eixos Estratégicos	83
3.2.5. Ações	85
3.2.6. Calendarização	97
Conclusão	98
Bibliografia	102
Apêndices	
Apêndice I – Diário de Estágio	108
Anexos	
Anexo I – Entrevista à Dr. ^a Marlene Viegas Freire	128

Índice de Figuras, de Gráficos e de Quadros

	Pág.
• Índice de Figuras	
Figura 1 - Organograma dos serviços da Assembleia da República.	35
Figura 2 - Modelo dos valores contrastantes de Quinn e colaboradores.	38
Figura 3 – Centro de Acolhimento ao Cidadão (CAC).	54
Figura 4 - Programa das Jornadas Europeias do Património 2014	57
Figura 5 - Página principal do <i>site</i> do Parlamento.	61
Figura 6 - Edição n.º 0 da <i>newsletter</i> ComunicAR, publicada em dezembro de 2013.	64
Figura 7 - Página no Facebook do Parlamento Cultural.	65
Figura 8 - Separador "Espaço Jovem" do website do Parlamento.	70
Figura 9 - Homepage do <i>website</i> do Gabinete Educativo do Parlamento da Austrália.	75
Figura 10 - Homepage do <i>website</i> do Serviço Educativo do Parlamento do Reino Unido.	75
• Índice de Gráficos	
Gráfico 1 – Número de visitas guiadas ao Palácio de S. Bento.	53
Gráfico 2 – Número de cidadãos que visitaram o Palácio de S. Bento, no âmbito das visitas guiadas.	53
Gráfico 3 - Distribuição das visitas guiadas, em dias úteis, por público-alvo, referente ao ano de 2013.	55
Gráfico 4 - Tipos de eventos organizados/apoiados pelo CIC/RP em 2013.	59
Gráfico 5 - Visitas, por ano, ao <i>website</i> do Parlamento.	61

- **Índice de Quadros**

Quadro 1 - Síntese dos modelos de Relações Públicas (Adaptado de Grunig e Repper, 1992)	15
Quadro 2 - Análise SWOT do atual “serviço educativo” do CIC/RP.	76
Quadro 3 - Alunos matriculados por nível de educação/ensino, em Portugal continental (2012/2013).	80
Quadro 4 - Número de docentes a lecionar, por nível de educação/ensino, em Portugal continental (2012/2013).	81
Quadro 5 – Objetivos específicos por público.	82
Quadro 6 – Resumo da Planificação do Plano de Ação Estratégica.	85
Quadro 7 – Programa “O Parlamento vai à Escola”: <i>Workshops</i> .	87
Quadro 8 – Programa “O Parlamento vai à Escola”: <i>Role-play</i> – Simulação de debate parlamentar.	88
Quadro 9 – Programa “Somos todos o Parlamento”.	91
Quadro 10 – Programa “Memórias de um Parlamento”.	93
Quadro 11 – Programa “(In)Formar Escolas”.	94
Quadro 12 – Criação de canal no Youtube.	96
Quadro 13 – Calendarização do Plano de Ação Estratégica.	97

Lista de Abreviaturas e Siglas

AP - Administração Pública

ALRAM - Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira

AR - Assembleia da República

CAC - Centro de Acolhimento ao Cidadão

CIC/RP - Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas

CA - Conselho de Administração

CRP - Constituição da República Portuguesa

FOCUS - *First Organizational Climate and Culture Unified Survey*

JEP - Jornadas Europeias do Património

IPSS - Instituições Particulares de Segurança Social

LOFAR - Lei de Organização e Funcionamento dos Serviços da Assembleia da República

ONG - Organizações Não-Governamentais

PR - Presidente da República

PRSA - *Public Relations Society of America*

SOPCOM - Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação

TIC – Tecnologias da Informação e da Comunicação

Introdução

“Se existe um regime político que necessite de Relações Públicas é precisamente o democrático”

(Andrade, 1979, p. 21)

Ao longo dos anos, tem-se registado um acentuado decréscimo na confiança dos portugueses relativamente aos órgãos de soberania e aos serviços do Estado, em geral (Moreira, 2011). Devido à crise financeira que assola o país, são inúmeras as dificuldades com as quais a população tem de lidar diariamente, tais como a excessiva carga fiscal, os sucessivos cortes salariais e a insegurança quanto ao seu futuro laboral, nomeadamente no que respeita às regras da aposentação e à manutenção do seu posto de trabalho, fatores que, outrora, eram tidos como direitos adquiridos.

A opinião dos públicos acerca dos serviços do Estado, em particular em relação aos órgãos de soberania, tem vindo a ser dominada pelo estereótipo e pelo preconceito, não deixando margem para qualquer eventual tentativa de mudança de opinião face a estas entidades. Um exemplo disso é o estigma que permanece associado aos funcionários públicos, da personagem que nada faz, tem salário garantido e segurança laboral.

Com a explosão de informação que coroa os nossos dias, afigura-se imperativo que as organizações, tanto do setor público, como do setor privado, solidifiquem as relações com os seus públicos. Esta preocupação em gerir as necessidades das organizações, em consonância com as do público, bem como a monitorização de toda a envolvência das mesmas, é da responsabilidade das Relações Públicas (RP).

Para Eiró-Gomes e Nunes (2013, p. 7), as Relações Públicas surgem como uma “função de gestão que trabalha para construir e gerir relações entre a organização e todos os públicos que afetam ou são afetados pela mesma, fazendo, ao mesmo tempo, a gestão de toda a envolvente” da organização, sendo este um processo que pressupõe uma comunicação bidirecional e benéfica entre as duas entidades (White e Mazur, 1996).

No que concerne aos profissionais de RP das organizações do setor público, a gestão da comunicação entre estas e os seus públicos acaba por se revelar uma tarefa de responsabilidade acrescida, uma vez que, face ao atual clima de incerteza dos cidadãos para com as entidades públicas e governamentais, a relação entre ambos é tida pela população como sendo assimétrica, isto é, só trazendo benefícios para a organização, em detrimento da obtenção de vantagem para ambos os lados.

As pesquisas que precederam a realização deste trabalho evidenciaram que as ações levadas a cabo pelo departamento de RP de um órgão de soberania devem ser norteadas no sentido de informar o público das atividades do respetivo órgão, divulgar a informação com o intuito de incentivar a participação do cidadão nas tomadas de decisão, inclusivamente do próprio Governo, e de se manter atento à opinião pública (Lee, Neeley, e Kendra, 2012). Estas iniciativas deverão ser incorporadas num Plano de Ação Estratégica, que ajudará a organização a definir prioridades que suportem a sua visão, a sua missão e os seus objetivos.

Deste modo, este Relatório de Estágio, considerando que as notícias que diariamente veiculam nos meios de Comunicação Social geram desconfiança e afastamento entre a população e os órgãos de soberania, visa apresentar a atividade de RP como uma aliada na criação de novos canais de diálogo entre estes dois pilares da sociedade - os cidadãos e os órgãos de soberania -, apesar da pouca importância que a própria Administração Pública¹ (AP) atribui a esta função de gestão.

Durante o período de estágio de três meses na Assembleia da República (AR), no Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas (CIC/RP), foram recolhidos dados e conclusões diárias das atividades levadas a cabo por este serviço. A escolha deste local para realizar o estágio resulta do meu particular interesse em estudar a área das Relações Públicas nos serviços do Estado, sobretudo se considerarmos que, de entre estes serviços, a AR é um organismo com autonomia administrativa e financeira e que poderá sofrer alguns constrangimentos devido à sua proximidade ao poder político. Por outro lado, tendo em conta que das várias leituras efetuadas consegui aferir que, no âmbito dos serviços estatais, o papel das RP é, regra geral, desvalorizado, afigurou-se-me de

¹ No presente trabalho, os termos “Administração Pública” e “serviços do Estado” são utilizados de forma indiferenciada, sendo que ambos se reportam ao mesmo conceito.

particular importância entender em que moldes a atuação do serviço de comunicação da AR consegue contrariar esse princípio.

Do exposto, iniciarei o presente Relatório de Estágio expondo, no Capítulo I, algumas definições relativas à conceção das Relações Públicas, enquanto função de gestão, que me parecem pertinentes face ao seu desenvolvimento e ao papel que as mesmas assumem nas organizações nos dias de hoje.

Em seguida, e tendo em conta a temática em estudo, farei, no Capítulo II, uma breve apresentação do sistema político português, assinalando quais os seus órgãos legisladores, e analisando o caso concreto da Assembleia da República. Aqui, começando por abordar a história deste espaço que, desde 1833, acolheu a Câmara dos Pares e a Câmara dos Deputados, falarei da instituição enquanto órgão que representa todos os cidadãos portugueses, nomeadamente no que concerne ao seu estatuto, composição, eleição e funcionamento. Neste Capítulo, farei alusão, ainda, às competências legislativas deste órgão de soberania, bem como à sua organização e aos serviços que lhe prestam suporte.

O Capítulo III fará a ponte entre os dois capítulos supramencionados, interligando a atividade de Relações Públicas e os órgãos de soberania. Partindo de uma abordagem global, onde exporei algumas características inerentes à cultura das organizações do setor público, enquanto fator que influencia o tipo de comunicação realizada, explicarei de que forma deve ser encarada e utilizada a comunicação nos serviços do Estado, nomeadamente no que concerne aos órgãos de soberania.

Considerando que, dentro da AR, o meu estágio teve lugar no Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas, no Capítulo IV, apresentarei atividades ligadas a este departamento de RP, tendo em conta os pilares que suportam a sua atuação junto dos cidadãos - Informar, Educar e Interagir.

Com base na experiência adquirida no local de estágio e na ideia de que urge criar mais e melhores canais de comunicação entre os órgãos de soberania e os cidadãos, apresentarei uma proposta de Plano de Ação Estratégica, que visará dinamizar a relação entre a AR e os cidadãos. Tendo em conta a amplitude do tema, norteari este investimento comunicacional para um dos pilares de atuação do CIC/RP no qual identifiquei oportunidades por desenvolver – o pilar “Educar”.

A atividade do CIC/RP, no que concerne à sua competência educativa, passa por dar a conhecer a história, as competências e o funcionamento da AR, bem como o seu relacionamento com os outros órgãos de soberania. Deste modo, é possível envolver os cidadãos na história do Parlamento² e no património artístico e arquitetónico dos seus espaços.

Com este trabalho pretende-se desenvolver e fomentar a área educativa do CIC/RP, dinamizando a sua atuação fora do Parlamento, dando, deste modo, a conhecer a atividade de um órgão de soberania junto dos cidadãos, educando e envolvendo-os na vida parlamentar. Por outro lado, o mesmo surge como uma forma de demonstrar que a comunicação pode e deve ser encarada como uma aliada na aproximação dos órgãos de soberania aos cidadãos e que o trabalho desenvolvido por um serviço de relações públicas nunca deve ser desvalorizado, principalmente quando se trata de uma organização pública.

² O Parlamento de Portugal é constituído por uma única Câmara, designada de Assembleia da República. No presente trabalho, estes dois conceitos - “Parlamento” e “Assembleia da República” - são utilizados de forma indiferenciada, reportando ao mesmo conceito.

CAPÍTULO I

Relações Públicas

1. Relações Públicas

De forma a entender a atividade desenvolvida pelos profissionais de Relações Públicas (RP) e tendo em conta os objetivos do presente relatório, importa, antes de mais, perceber como se definem as Relações Públicas, enquanto função de gestão de uma organização.

Muitos foram os autores que, ao longo dos anos, nortearam as suas pesquisas no sentido de definir o conceito de Relações Públicas, listando as suas funções. A procura de uma definição única tem sido dificultada pelo facto de o termo Relações Públicas ser polissémico, na medida em que se pode estar a fazer referência às RP enquanto disciplina, ou enquanto profissão. Por abranger um vasto conjunto de áreas, é igualmente complicado delimitar o seu campo de atuação (White e Mazur, 1996).

No percurso de pesquisa de uma definição concreta, é de destacar o trabalho de Rex F. Harlow, em 1976, que idealizou 472 definições de RP, identificando os seus principais pontos em comum, tendo, posteriormente, elaborado a sua própria aceção, que considera mais abrangente:

“Public Relations is the distinctive management function which helps establish and maintain mutual lines of communication, understanding, acceptance and cooperation between an organization and its publics; involves the management of problems or issues; helps management to keep informed on and responsive to public opinion; defines and emphasizes the responsibility to management to serve the public interest; helps management keep abreast of and effectively utilize change, serving as an early warning system to help anticipate trends; and uses research and sound and ethical communication as its principal tools.”

(Harlow, 1976, p. 36)

Em 1982, a *Public Relations Society of America* (PRSA) definiu Relações Públicas como uma função que ajuda a sociedade pluralista dos dias de hoje a tomar decisões de forma

mais eficaz, uma vez que contribui para um entendimento mútuo entre os diversos grupos e as instituições que a compõe. “*It serves to bring private and public policies into harmony*” (PRSA, 1982).

Embora, atualmente, continue a não existir uma definição única para o conceito de RP, várias são as premissas tidas como ponto assente no que concerne a esta temática, tal como, o facto de as Relações Públicas serem uma importante função de gestão para a organização, pela sua atuação na planificação, execução e avaliação da comunicação entre a organização e os seus públicos, dos quais depende a capacidade de esta atingir os seus objetivos (Grunig, Grunig e Dozier, 1992; White e Mazur, 1996).

Em 2010, nos Acordos de Estocolmo, foram identificadas diversas funções inerentes ao trabalho de um profissional da área das RP, nomeadamente: a sua participação na definição de valores, princípios, estratégias, políticas e processos da organização onde operam; o facto de possuírem ferramentas e conhecimentos capazes de identificar as expectativas dos *stakeholders* e da sociedade em si para uma melhor tomada de decisões; a sua capacidade de analisar a relação da organização com os seus *stakeholders*, reforçando os níveis de confiança e transparência; a criação de canais de comunicação internos que tornem a organização capaz de antecipar, adaptar e responder a eventuais mudanças no meio onde ela se insere (Global Alliance for Public Relations and Communication Management, 2010).

Com uma inerente função estratégica na organização, as RP envolvem necessariamente a monitorização do meio onde a organização se insere, sendo, deste modo, possível fazer uma recorrente análise das atitudes e dos comportamentos públicos que compõem o ambiente exterior e com os quais a organização estabelece um diálogo regular. Os resultados desta análise são cruciais, tanto para reduzir a incerteza nos processos de tomada de decisão, como também constituem um relevante contributo para a equipa de gestão da organização, reforçando, assim, a importância do trabalho do profissional de RP no seio da mesma.

Esta componente estratégica das RP é igualmente esmiuçada por Argenti (2007), que refere a importância de alinhar a comunicação com a estratégia da empresa, de forma a conseguir uma perceção da organização mais satisfatória e consonante com a estratégia organizacional.

Os avanços da função de RP e a “expansão” do seu domínio dentro das organizações levaram a *Public Relations Society of America* (PRSA), em 2011/2012, a efetuar uma nova pesquisa, com o intuito de reformular o conceito de RP inicialmente criado, acrescentando-lhe a sua componente estratégica, a saber: “*Public relations is a strategic communication process that builds mutually beneficial relationships between organizations and their publics*” (PRSA, 2012).

1.1. Função e papel do profissional de Relações Públicas nas organizações

Tendo em conta a definição proposta por Grunig e Hunt (1984), que referem, de um modo geral, as Relações Públicas como sendo a gestão da comunicação entre uma organização e os seus públicos, é necessário frisar que este esforço planeado se baseia numa comunicação benéfica para ambas as partes – organização e públicos. Deste modo, é possível definir o papel dos profissionais de RP como duplo, na medida em que monitoriza, simultaneamente, os interesses da organização e as necessidades dos seus *stakeholders* (Broom e Smith, 1979, cit. por Dozier, 1992; Grunig, Grunig e Dozier, 1992; Lesly, 1997).

Johanna Fawkes (Fawkes, cit. por Theaker, 2004) caracteriza a atividade de RP, conferindo-lhe 13 diferentes áreas de intervenção numa organização: Comunicação Interna³, Comunicação Corporativa⁴, Relações com os *Media*⁵, *Business to Business*⁶, Assuntos Públicos⁷, Relações com a Comunidade e Responsabilidade Social⁸, Relações

³ Entenda-se por Comunicação Interna, a comunicação com os colaboradores da organização.

⁴ Entenda-se por Comunicação Corporativa, a comunicação geral da empresa.

⁵ Entenda-se por Relações com os Media, a comunicação que se tem com os jornalistas e editores de imprensa.

⁶ Entenda-se por *Business to Business*, a comunicação da organização com outras organizações.

⁷ Entenda-se por Assuntos Públicos, a comunicação com os líderes de opinião e políticos. Faz parte desta atividade a monitorização de toda a política que envolve o ambiente onde a organização está inserida.

⁸ Entenda-se por Relações com a Comunidade e Responsabilidade Social, a comunicação com a comunidade local e com os seus representantes.

com os Investidores⁹, Comunicação Estratégica¹⁰, Monitorização¹¹, Gestão de Crise¹², *Copywriting*¹³, Gestão de Publicações¹⁴ e, por fim, Organização e Gestão de Eventos¹⁵.

É possível, então, aceitar as Relações Públicas como uma atividade que visa atingir a eficácia comunicacional de uma organização e que procura fazer, na mesma, uma gestão do poder de forma partilhada e simétrica com os seus *stakeholders*¹⁶. Deste modo, são extraídos benefícios, tanto para a organização, como para os seus públicos.

A noção de eficácia comunicacional foi trabalhada por Grunig (1992) e denominada de Comunicação de Excelência – conceito representativo do que seria a perfeição para o funcionamento de qualquer organização. Para a concretização de uma estrutura organizacional ideal, as funções dos profissionais de Relações Públicas devem estar próximas e integradas com as funções dos líderes de decisão, uma vez que são os profissionais de Relações Públicas que elaboram uma estratégia eficaz para a gestão e para o planeamento da organização. Estes programas de comunicação têm o objetivo de estabelecer relações estratégicas com os públicos e *stakeholders*, de forma a gerir possíveis conflitos e até mesmo evitar crises comunicacionais, através de um acompanhamento e de um conhecimento personalizado de cada caso (Grunig, Grunig e Dozier, 2009).

De acordo com esta perspetiva, compete ao profissional de RP providenciar informação aos elementos decisores, relativa à interação da organização com cada um dos seus públicos, bem como estabelecer os objetivos que devem ser atingidos nas relações com

⁹ Entenda-se por Relações com os Investidores, a comunicação com os gestores financeiros ligados à organização.

¹⁰ Entenda-se por Comunicação Estratégica, a identificação e análise de qualquer problema ou solução que que estejam diretamente relacionados com as metas e os objetivos da organização.

¹¹ Entenda-se por monitorização, o controlo de todo o ambiente que envolve a organização.

¹² Entenda-se por Gestão de Crise, a capacidade de transmitir mensagens rápidas e eficazes em situações de emergência para a organização.

¹³ Entenda-se por *Copywriting*, a redação de textos, com diferentes características, para as diferentes entidades com quem a organização lida.

¹⁴ Entenda-se por Gestão de Publicações, como sendo o supervisionamento das publicações que saem nos meios de Comunicação Social, sobre organização.

¹⁵ Por Gestão de Eventos, entenda-se a organização de eventos.

¹⁶ Considera-se *stakeholder* qualquer individuo ou grupo de indivíduos que são afetados pelas decisões de uma determinada organização, ou aqueles cujas decisões afetam a organização (Freeman cit. por Steyn e Puth, 2000).

os mesmos e que, por isso, devem ser incorporados na estratégia da empresa (Rodrigues e Eiró-Gomes, 2009).

Enquanto função estratégica, as RP devem determinar os objetivos comunicacionais aos quais a organização se propõe e escolher os recursos que melhor se adequam para os atingir (Argenti, 2007).

Ao longo dos anos, e com o intuito de melhor compreender o papel do profissional de RP numa organização, foram distinguidas duas formas de aproximação à prática desta atividade, sendo elas a de *Communication manager* e a de *Communication technician*. A primeira função assume, ainda, três funções com atribuições estratégicas distintas: *Expert prescriber*, *Communication facilitator* e *Problem-solving process facilitator* (Steyn e Puth, 2000; Tench e Yeomans, 2006).

Começando por explicitar o papel do Gestor de Comunicação – *Communication manager* – este planeia e faz a gestão dos programas de RP, toma decisões referentes à política de comunicação da organização e controla a sua implementação. Como referi, este papel compreende três funções diferentes. Enquanto Prescritor Profissional – *Expert prescriber* - o profissional de RP é reconhecido como a autoridade na área das RP, sendo responsável por identificar problemas de comunicação, definir programas para os colmatar e implementá-los. Como Facilitador de Comunicação – *Communication facilitator* – o profissional é visto como mediador entre a organização e os seus públicos, mantendo relações bidirecionais e de compreensão mútua. Por fim, sendo Facilitador na Resolução de Problemas - *Problem-solving process facilitator* - presta auxílio na resolução de problemas de comunicação e atua como conselheiro no planeamento e na implementação de programas de comunicação (Cutlip, Center e Broom, 1985; Steyn e Puth, 2003; Tench e Yeomans, 2006).

O profissional de RP, enquanto Técnico de Comunicação – *Communication technician* – não está envolvido nos processos de tomada de decisões da organização, mas atua enquanto ativador dos programas de comunicação, isto é, organiza eventos, produz conteúdos de *web*, etc. (Tench e Yeomans, 2006)

Contudo, ao longo dos últimos anos, mais do que uma função de gestão ou mesmo de um acordo benéfico entre a organização e os seus públicos, a atividade de RP tem sido responsável por estudar a melhor forma de os públicos e a organização se entenderem e

por investigar o que é dito sobre a organização, implementando medidas estratégicas em prol do entendimento mútuo. Como tal, os profissionais de comunicação têm desempenhado mais funções do que as acima explicitadas, tendo assumido uma posição estratégica no seio das organizações. Steyn e Puth, acreditando que os papéis de gestor e de técnico já não cobriam o trabalho destes profissionais, propuseram, a partir de um estudo realizado na África do Sul, a existência de um terceiro papel, o de estratega (Lesly, 1997; Steyn e Puth, 2003).

Enquanto estratega, a função do profissional de RP consiste em monitorizar desenvolvimentos relevantes no ambiente em que a organização se insere, antecipando tendências e identificando as consequências destas para a política e para a estratégia da organização, atentando no impacto que poderão ter na relação da mesma com os seus *stakeholders*. Estes profissionais têm na estrutura funcional da organização o papel de gestores, estando associados à determinação da representação externa da organização, bem como dos seus valores de atuação (Steyn e Puth, 2003).

Em suma, os profissionais de RP, além de providenciarem informação aos elementos decisores sobre as relações da organização com os seus públicos e de estabelecerem objetivos para que estas evoluam de forma favorável, também definem de que forma a organização vai comunicar as suas decisões estratégicas, de modo a que estas sejam bem percebidas pelas partes interessadas. Nos últimos anos, a função de estratega tem assumido uma maior relevância, no que concerne ao papel do profissional de RP, tendo em conta a sua intervenção ao nível da construção estratégica da identidade das organizações (Rodrigues e Eiró-Gomes, 2009).

1.2. Papel das Relações Públicas na sociedade

Apesar de o profissional de RP ter uma função indispensável no seio das organizações, atualmente é cada vez mais importante que assumam a sua atividade como uma função de integração e de desenvolvimento social (Lourenço e Eiró-Gomes, 2009). Neste sentido, é de ressaltar o contributo que as RP têm, não só para a organização, mas também para a sociedade.

Eiró-Gomes e Nunes (2013) assumem as RP com uma forte componente económica e social, na medida em que se baseiam na gestão, não só da comunicação, mas, também, das relações que a organização cria e mantém com os seus públicos. Estas relações nascem de um forte processo de adaptação da organização à cultura da sociedade onde esta atua e está inserida.

“As we developed a theory of the value of public relations, we also looked beyond the value of public relations to organizations alone. We also believed that public relations should have value to the larger society as well as to specific organizations.”

(Grunig, 2001, p. 4)

Nos dias que correm urge deixar de confinar o papel das RP ao mundo das organizações e permitir que estas, não só tragam benefícios para estas entidades, como também para a sociedade, desempenhando, assim, a sua inerente função de resolução de conflitos e fomentar harmonia e cooperação entre os membros da mesma (Eiró-Gomes e Nunes, 2013). Esta é uma opinião que está em consonância com alguns princípios universais que foram extraídos do último *World Public Relations Forum* (WPRF) (2014), onde se refere em que moldes as RP são um importante contributo para a sociedade, a saber:

- 1. Public relations and communication management must aspire to a social purpose, serve social cohesion, and aim to bring communities together;*
- 2. Public relations and communication management can enable social integration by listening, identifying agendas, and creating shared narratives and safe places for dialogue around the social challenges of each society;*
- 3. Public relations and communication professionals must take responsibility for identifying how they can serve their own societies;*
- 4. By realizing the power of communication, each public relations and communication professional can be a leader. True leadership achieves personal, organizational and societal transformation;*
- 5. By reflecting on transformational leadership moments, our profession can learn to serve our organizations better, and by doing that, serve society better (WPRF, 2014).*

Deste modo, é possível antever o futuro da atividade de RP com uma forte componente social, atribuindo à comunicação um papel capaz de definir o carácter e os valores das organizações, de construir uma cultura com a capacidade de ouvir e envolver e de incutir, tanto nas organizações, como nos indivíduos, um sentido de responsabilidade para com a sociedade onde estão inseridos (WPRF, 2014).

Estamos, então, perante um “novo” propósito para as Relações Públicas, no qual os profissionais têm a responsabilidade de perceber de que forma podem contribuir para a sociedade onde estão inseridos, promover a coesão social e auxiliar na junção de diferentes comunidades.

1.3. Conceito de Público

“Although an organization with good relationships with its strategic publics may have to incorporate the goals of those publics into its mission, in the long run it will be able to pursue its own goals more effectively than it would if it ignored or fought the goals of publics.”

(Grunig, 2001, p. 5)

Atualmente, gerir os interesses dos públicos em consonância com os da organização, continua a ser um tema central nas Relações Públicas. No que concerne aos públicos em RP, esta temática tem sido norteadada, ao longo dos anos, por um conjunto de questões centrais que Botan e Soto (cit. por Eiró-Gomes e Duarte, 2011) identificam como: a) definição – o que são os públicos; b) segmentação – como diferenciar significativamente os públicos; c) função – quais os papéis que diferentes públicos desempenham na sociedade; d) processo – como é que os públicos ganham existência e respondem determinada forma.

Grunig (Grunig e Hunt, 1984), na tentativa de arranjar um modelo para segmentar os públicos estratégicos de uma organização, criou a teoria situacional dos públicos. Segundo esta perspetiva, é possível definir “público” como um grupo de pessoas que: a) enfrenta um problema análogo; b) reconhece que o problema existe; c) se organiza para agir em função do problema. Considera-se, portanto, que os públicos resultam de um estado motivado por uma situação problemática, não constituindo, assim, um estado de

consciência permanente, e que surgem como respostas a situações problemáticas, auto organizando-se para as resolver (Eiró-Gomes e Duarte, 2011).

A teoria situacional de públicos consiste em duas variáveis dependentes - ativos e passivos, em relação ao comportamento comunicacional - e em três variáveis independentes - reconhecimento do problema, reconhecimento de constrangimentos e nível de envolvimento.

Com base nas variáveis supramencionadas, Grunig e Hunt (1984) encontraram quatro classificações de públicos: os *All Issues Publics*, que englobam as pessoas atentas e ativas em todas as questões com que se defrontam e demonstram um alto nível de envolvimento, os *Apathetic Publics* que, perante uma determinada situação, não assumem comportamentos de consciência sobre a mesma, sendo passivos e demonstrando um baixo nível de envolvimento, os *Single-Issues Publics*, que são os públicos atentos e ativos em questões que preocupam/envolvem apenas uma pequena parte da população, e os *Hot-Issues Publics*, que correspondem aos públicos atentos e ativos em questões que preocupam/envolvem uma grande parte da população e que, por isso, sejam passíveis de receber extensa cobertura mediática. Estas diferentes posições dos públicos vão ter influência na estratégia de comunicação a adotar pelas organizações (Grunig, 1992).

“Although an organization with good relationships with its strategic publics may have to incorporate the goals of those publics into its mission, in the long run it will be able to pursue its own goals more effectively than it would if it ignored or fought the goals of publics.”

(Grunig, 2001, p. 5)

Independentemente desta perspectiva situacional, os públicos são um grupo com os quais a organização tem de se relacionar e ir ao encontro dos seus interesses e das suas expectativas. É importante conhecer os públicos, saber quem são, para que, assim, a organização possa comunicar com eles e atingir um estado de compreensão, essencial para um relacionamento estável e vantajoso (Grunig e Hunt, 1984).

1.4. Modelos de Relações Públicas

No que concerne ao desenvolvimento da atividade de RP ao longo da história, Grunig e Hunt (1984) apresentam quatro modelos que descrevem a evolução desta função de gestão, nas organizações e na sociedade. Estes modelos podem ser entendidos como um método para compreender a evolução das RP enquanto profissão, acompanhando o desenvolvimento económico, social e político da sociedade:

1. *Press Agency/Publicity (one-way asymmetrical)*: Modelo que se caracteriza por uma comunicação unidirecional, relacionada à propaganda e, como tal, possui um caráter mais comercial e publicitário. Este modelo apresenta as RP de então como meio de divulgação, apenas com um sentido de atuação. Como tal, este tipo de prática de RP assenta na publicação de notícias relacionadas com a organização e resume-se na divulgação dos produtos ou serviços da organização. Só a organização comunica com os seus públicos, não havendo reciprocidade nesta relação.
2. *Public Information (one-way asymmetrical)*: Modelo determinado por uma comunicação unidirecional com o intuito de divulgar informação fidedigna através dos órgãos de Comunicação Social. Este modelo visa promover a máxima “*People must be informed*” e, contrariamente ao modelo anterior, este não tem fins comerciais. No seio da Administração Pública, este modelo tem ganhado cada vez mais destaque, na medida em que estes órgãos têm apostado na divulgação de atividades políticas, sociais, culturais e económicas, através de *flyers*, brochuras, *newsletters*, *websites* oficiais ou outras plataformas digitais com maior destaque na sociedade (Cândido, 2009).
3. *Two-way Asymmetric*: Modelo identificado depois da II Guerra Mundial e que torna a organização capaz de interagir com os públicos, através de uma comunicação bidirecional, cujos efeitos não trazem benefícios mútuos entre o emissor e o recetor. Este tem o intuito de persuadir os públicos e de os conduzir a um comportamento de identificação relativamente à organização, através da recolha de informação sobre os públicos-alvo. Contudo, e apesar desta pesquisa prévia e da preocupação em traçar o perfil dos seus públicos, este modelo é assimétrico, na medida em que no processo só existe mudança no comportamento do recetor;

4. *Two-way Symmetric*: Modelo que representa uma comunicação bidirecional, com benefícios mútuos entre o emissor e o recetor. Este modelo surge no final da década de 40, onde se assiste a uma institucionalização da atividade de RP. É relançada a necessidade de negociação e estabelecimento de acordos entre a organização e os seus públicos. O profissional de Relações Públicas desempenha, então, o papel de negociador entre estas duas entidades, procurando encontrar a harmonia entre os interesses de ambas.

Neste sentido, pode afirmar-se que o *Two-way Symmetric* é o modelo que melhor espelha a realidade em que devem assentar as Relações Públicas, uma vez que a comunicação não evolui sem *feedback* (Cutlip, Center e Broom, 1985; Grunig, Grunig e Dozier, 1992).

“Influence should be exerted through dialogue – not monologue – with all the different corporate audiences, with public relations becoming a respected function in its own right, acting as a strategic resource and helping to implement corporate strategy.”

(White e Mazur, 1996, p. 11)

Este último modelo apresentado por Grunig e Hunt (1984) surge como uma abordagem relevante no que respeita a processos de tomada de decisão nas organizações, uma vez que assenta em ideais de negociação, mediação e cooperação.

Modelo	Período	Intenção	Tipo de comunicação	Onde é praticado
<i>Press Agency/Publicity</i>	Início Séc. XX	Propaganda	Unidirecional – A veracidade da mensagem não é fundamental	Área do desporto, teatro, promoção de produtos, etc.

<i>Public Information</i>	Pós-I Guerra Mundial	Disseminação de informação	Unidirecional - A veracidade da mensagem é fundamental	Órgãos legisladores, Associações sem fins lucrativos, etc.
<i>Two-way Asymmetric</i>	Pós-II Guerra Mundial	Persuasão	Bidirecional Assimétrica – Provocar mudanças de atitude na audiência	Negócios competitivos, Agências, etc.
<i>Two-way Symmetric</i>	Final Séc. XX	Entendimento Mútuo	Bidirecional Simétrica	Negócios regulares, Agências, etc.

Quadro 1 - Síntese dos modelos de Relações Públicas (Adaptado de Grunig e Hunt, 1984)

Contudo, e transpondo os quatro modelos para a realidade das organizações, nenhum deles é praticado de forma isolada, ou seja, as organizações não aplicam só um dos modelos, acabando por praticar as RP segundo uma combinação dos dois últimos modelos supramencionados. Neste contexto, surge um quinto modelo denominado de *Mixed-Motive Model of Public Relations* onde se afirma que os profissionais de RP baseiam as suas decisões estratégicas tendo em conta uma zona de *win-win*¹⁷, onde é possível encontrar resultados benéficos para todas as partes envolvidas, utilizando a negociação e a cooperação para resolução de conflitos (Grunig, 2001, cit. por Tench e Yeomans, 2006).

O *Mixed-Motive Model of Public Relation* é o modelo que mais se ajusta às necessidades das organizações e dos seus públicos, identificando os valores e problemas de ambas as

¹⁷ Zona onde a interação estratégica entre a organização e os seus públicos é satisfatória para ambas as partes, sendo caracterizada pela negociação, persuasão e pelo compromisso. Deste modo, é sempre encontrada uma situação benéfica para ambas as partes, não existindo, por isso, uma maximização de resultados apenas para uma delas. Grunig (2001, cit. por Tench e Yeomans, 2006) denomina esta *Mixed-Motive Communication* como uma comunicação simétrica.

partes como sendo relevantes. Neste sentido, as RP surgem com um papel mais responsável na sociedade (Grunig, 2003).

Do exposto, conclui-se que as organizações podem dar prioridade à utilização de um modelo em particular, ou a vários em simultâneo, sendo que todos os modelos têm aspetos vantajosos e menos vantajosos. Contudo, a prática dos modelos de duas vias/bidirecionais, tem-se revelado mais proveitosa para as organizações, na medida em que permitem construir relações mais sólidas e duradouras, entre as mesmas e os seus públicos.

1.5. Processo de RP em quatro etapas

De forma a nortearem os seus comportamentos, é exigido aos profissionais de RP que atuem de acordo com um processo de planeamento, execução e avaliação dos métodos que utilizam para obviar a comunicação entre a organização e os seus públicos.

“Public relations and communication management describe the overall planning, execution, and evaluation of an organization’s communication with both external and internal publics – groups that affect the ability of an organization to meet its goals (...).”

(Grunig, Grunig e Dozier, 2009, p. 2)

Com base nesta afirmação, onde se assume as RP e a gestão da comunicação como atividades capazes de descrever o plano global, a execução e a avaliação da comunicação de uma organização, quer junto dos públicos externos, quer internos, é possível recuperar a perspetiva sistémica das RP, na qual é dada grande relevância à relação que a organização tem com o ambiente, e que nos remete para a aplicabilidade prática do chamado processo de Comunicação em quatro etapas, sendo elas: a Investigação, a Planificação/Programação, a Ação/Comunicação-Ação e a Avaliação (Cutlip, Center e Broom, 2006).

As quatro etapas que dele fazem parte, apesar de parecerem compartimentadas, estão continuamente interligadas num processo sistemático, permitindo, deste modo, que em

qualquer altura do plano possam ser retomadas ou alteradas, a fim de se adaptarem às necessidades (Raposo, 2009).

O primeiro passo corresponde à análise da situação e respetiva definição do problema/opportunidade – “*what’s happening now?*”. Nesta etapa é feita uma recolha sistemática de informação, de forma a ser possível descrever e compreender as realidades da organização e do meio que a envolve, verificar suposições sobre os públicos e sobre as consequências das Relações Públicas. Os principais objetivos deste passo são: identificar, claramente, qual o problema que justifica a intervenção do profissional de RP e conseguir diminuir a incerteza nos futuros processos de tomada de decisão (Cutlip, Center e Broom, 2006; Gregory, 2010).

A segunda etapa corresponde à planificação e programação de toda a estratégia¹⁸ – “*what should we do and say, and why?*”. Depois de definida a fonte de preocupação, é necessário juntar toda a informação recolhida e desenvolver um Plano Estratégico que, através de ações ou táticas, permita atingir o estado desejado. Para tal, são definidas metas finais, caracterizados os públicos para a situação em análise e identificados os objetivos específicos que se pretendem atingir com cada público. Posteriormente, são delineadas ações para cada público, que estão sujeitas a um orçamento, a um *timing* e às especificidades do próprio público (Cutlip, Center e Broom, 2006; Gregory, 2010).

A terceira fase corresponde à implementação de tudo o que foi planeado anteriormente – “*how and when do we do and say it?*”. Este processo deve ter na sua base, não só a disseminação de uma mensagem, mas também a criação de um estímulo que conduzirá a uma interação comunicativa com o recetor, que posteriormente provocará uma ação. Trata-se de um processo dinâmico que utiliza a Comunicação como meio de “fazer agir” e por isso alcançar a meta a que nos propomos (Cutlip, Center e Broom, 2006; Eiró-Gomes, 2006; Gregory, 2010).

O processo de RP em quatro etapas culmina com a etapa da avaliação, onde se pretende avaliar se as metas do plano foram alcançadas e medir o impacto das ações levadas a cabo junto do público – “*how did we do?*”. Esta é uma fase de extrema importância por ser, na

¹⁸ “Estratégia pode ser definida como a determinação dos objetivos básicos a longo-prazo e os objetivos da empresa, e a adoção de cursos de ação e a alocação de recursos necessário para a prossecução desses objetivos.” (Robbins, cit. por Cutlip, Center e Broom, 2006)

medida em que é a única forma de demonstrar qual é o real contributo das Relações Públicas para a organização, simultaneamente um meio que garante a sua credibilização (Cutlip, Center e Broom, 2006; Gregory, 2010, Raposo, 2009).

Segundo Tench e Yeomans (2006, p. 184) todo o processo de planeamento é fundamental para atividade de RP, na medida em que:

1. Elimina trabalho desnecessário e hierarquiza as prioridades, ajudando a manter o foco do trabalho;
2. Fomenta a eficácia, uma vez que o é estruturado tendo como base o alcance de objetivos de trabalho;
3. Estimula uma visão a longo-prazo e uma postura proativa, uma vez que o profissional deverá antever as necessidades futuras da organização, prever e preparar uma mudança, reduzindo potenciais riscos;
4. Evita conflitos;
5. Minimiza situações inesperadas, pois durante este processo são estruturados possíveis cenários futuros, preparando a organização para um Plano de Ação;
6. Permite a avaliação da eficácia do plano, a nível financeiro, ao serem estabelecidos objetivos mensuráveis.

Ainda que o processo de RP em quatro etapas possa ser aplicado a qualquer organização, de qualquer setor, é de destacar a importância de uma aprofundada investigação inicial, para conhecer as especificidades da mesma, a fim de ajustar o programa de RP às diferentes realidades.

Este modelo apresenta-se como um método científico, de cariz cíclico e contínuo, com grande aplicabilidade, uma vez que permite encontrar soluções e identificar oportunidades.

CAPÍTULO II

A Assembleia da República

1. Órgãos de Soberania de Portugal

Para podermos avaliar a comunicação nos serviços do Estado e ter a perceção sobre o contexto em que se insere o meu estágio, afigura-se-me necessário efetuar uma breve apresentação do sistema político português e assinalar os seus órgãos legisladores.

Estão consagrados na Constituição da República Portuguesa (CRP) aqueles que são considerados os órgãos supremos do Estado, os órgãos de soberania, a saber: o Presidente da República, a Assembleia da República, o Governo e os Tribunais. Nos termos da CRP, é no povo que reside a soberania. Estes órgãos exercem o poder em nome do povo e representam as estruturas essenciais do sistema político português.

O Presidente da República (PR) é o Chefe do Estado, eleito por sufrágio secreto, direto e universal. Nos termos da Constituição, é um órgão de soberania unipessoal, que representa a comunidade nacional e a República Portuguesa. A este órgão compete garantir “a independência nacional, a unidade do Estado e o regular funcionamento das instituições democráticas” (art.º 120.º da CRP). Por inerência, o PR exerce, também, as funções de Comandante Supremo das Forças Armadas e de Grão-Mestre das ordens honoríficas portuguesas (Fontes, 2013; Governo de Portugal, s.d.¹⁹).

A Assembleia da República (AR) é um órgão unicameral representativo de todos os cidadãos portugueses. As suas competências, regras de funcionamento, bem como os direitos e os deveres de todos os membros que constituem o Parlamento estão definidos na Constituição da República, no Regimento da Assembleia da República e no Estatuto dos Deputados, garantindo, assim, as relações de separação de poderes e interdependências relativamente aos outros órgãos de soberania. Compete à Assembleia,

¹⁹ “O Presidente da República” (s.d.). Disponível em <http://www.portugal.gov.pt/pt/a-democracia-portuguesa/o-presidente-da-republica/o-presidente-da-republica.aspx> [Consult. 18 de janeiro 2014].

além da representação, assegurar a aprovação das leis fundamentais da República e a vigilância pelo cumprimento da Constituição, das leis e dos atos, tanto do Governo, como da Administração do país. Atualmente, a AR é constituída por 230 Deputados. Os Deputados são eleitos pelos portugueses para os representarem a nível nacional. As eleições para a Assembleia da República realizam-se de quatro em quatro anos, embora a legislatura possa ser interrompida por dissolução da Assembleia (Fontes, 2013).

O Governo é o órgão de soberania colegial nomeado pelo Presidente da República e possui funções relacionadas com a condução da política geral do país, ou seja, detém competências administrativas e politico-legislativas. É o órgão superior da Administração Pública - que executa a política do Estado - e é composto pelo Primeiro-Ministro, pelos Ministros e pelos Secretários e Subsecretários de Estado. Compete ao Primeiro-Ministro dirigir a política geral do Governo, coordenando e orientando a ação de todos os Ministros e as relações do Executivo com os restantes órgãos do Estado; informar o PR relativamente aos assuntos que dizem respeito à condução da política interna e externa do país e exercer as demais funções que lhe sejam atribuídas pela Constituição e pela lei. As principais decisões do Governo são tomadas no Conselho de Ministros, que também discute e aprova propostas de lei e pedidos de autorização legislativa à Assembleia da República (Fontes, 2013; Governo de Portugal, s.d. ²⁰).

O Governo tem responsabilidades perante o Presidente da República - a quem responde através do Primeiro-Ministro - e perante a Assembleia da República - através da prestação de contas da sua atuação política, por exemplo, nos debates quinzenais, em que o Primeiro-Ministro responde às perguntas dos Deputados (Governo de Portugal, s.d.).

Os Tribunais, nos regimes democráticos, são o único órgão de soberania não eleito e têm competência para administrar a justiça em nome do povo. São um órgão independente e autónomo, estando apenas sujeitos à lei. Os juízes são independentes e inamovíveis, isto é, não podem ser afastados do seu posto, e as suas decisões sobrepõem-se às de qualquer outra entidade pública ou privada. Incumbe aos Tribunais assegurar a defesa dos direitos

²⁰ “O Governo” (s.d.) Disponível em <http://www.portugal.gov.pt/pt/a-democracia-portuguesa/o-governo/o-governo.aspx> [Consult. 18 de janeiro 2014].

e interesses legalmente protegidos dos cidadãos, reprimir a violação da legalidade democrática e resolver os conflitos de interesses públicos e privados (Fontes, 2013).

Nos termos da Constituição, além do Tribunal Constitucional, existem: o Supremo Tribunal de Justiça e os Tribunais Judiciais de primeira e segunda instância; o Supremo Tribunal Administrativo e os demais Tribunais Administrativos e Fiscais; o Tribunal de Contas. É possível que haja, ainda, tribunais marítimos, tribunais arbitrais e julgados de paz (Fontes, 2013).

2. A Assembleia da República

“A liberdade é como as árvores das grandes florestas: só se lhes pode tomar a grandeza quando um dia decepadas, ou prostradas no solo. E será essa liberdade de que jamais prescindiremos, a alavanca das tarefas que se impõem, pois tudo é possível dentro dela e nada fora dela.”

(Vasco da Gama Fernandes, 25 de abril de 1977)

O Parlamento de Portugal é um dos órgãos de soberania consagrados na Constituição, além do Presidente da República, do Governo e dos Tribunais, e é constituído por uma única Câmara, designada Assembleia da República. Nos termos da lei fundamental, a Assembleia da República é a assembleia representativa de todos os cidadãos portugueses.

2.1. História do Parlamento português

A Assembleia da República está situada, atualmente, no Palácio de S. Bento, em Lisboa. A construção deste Palácio data de 1598 e surgiu da necessidade de criar um mosteiro beneditino para acolher os monges negros de Tibães. Este mosteiro, na Quinta da Saúde, em Lisboa, era conhecido por Mosteiro de S. Bento da Saúde e a ideia de o criar remonta

a 1570, quando a Congregação Beneditina Portuguesa decidiu, no seu 1º Capítulo Geral, em Tibães, criar dois novos mosteiros nas duas principais cidades, de forma a alargar a sua área de atuação (França, 1999; Dias, 2013).

Inicialmente, foi construído o Mosteiro de Nossa Senhora da Estrela, em 1572, mas, por se encontrar muito afastado do centro da cidade, levou a Ordem de S. Bento da Saúde a adquirir um novo espaço para construir outro convento. Este último, o atual Palácio de S. Bento, foi projetado pelo arquiteto Baltasar Álvares, com a autorização do cardeal D. Henrique, num terreno correspondente a três quintas, sendo que numa delas se situava a antiga Casa da Saúde, que acolhia doentes com Peste (França, 1999).

O Mosteiro de S. Bento da Saúde possuía uma arquitetura barroca e tinha capacidade para 50 monges. Em termos estruturais e espaciais, assentava numa planta quadrada com quatro claustros simétricos, uma igreja centralizada com uma só nave e capelas laterais, ladeada por duas torres sineiras, dormitórios, cozinha, refeitório, livraria, barbearia, adegas, celeiro, lagar, forno e oficinas (França, 1999).

Após o terramoto de 1755, este Mosteiro, por não ter sofrido danos muito acentuados, cedeu parte do edifício para a instalação da sede patriarcal de Lisboa e, em 1756, albergou o Arquivo Nacional da Torre do Tombo.

Foi com a Revolução Liberal de 1820 e com a consequente elaboração da Constituição de 1822 que teve início o parlamentarismo constitucional português. Este tinha na sua génese os princípios liberais presentes na Constituição de 1822, isto é, os princípios democráticos, representativos, da separação de poderes, de igualdade jurídica e de respeito pelos direitos pessoais. As Cortes de 1822 eram, então, formadas por uma só câmara, eleita por um período de dois anos, por sufrágio direto, secreto e sem carácter universal (Santos *et al.*, 2011).

Os três poderes políticos, Legislativo, Executivo e Judicial, eram independentes, sendo que o poder Legislativo era exclusivamente atribuído às Cortes e o poder Executivo era da competência do Rei, juntamente com os Secretários de Estado.

O Mosteiro de S. Bento da Saúde deu, então, lugar ao Palácio das Cortes, por decreto do Rei D. Pedro IV. A comunidade conventual foi forçada a abandonar o mosteiro e mudou-se para o Mosteiro de S. Martinho de Tibães (França, 1999).

Em 1826, com a elaboração da Carta Constitucional, foram criadas a Câmara dos Dignos Pares do Reino e a Câmara dos Senhores Deputados da Nação: A primeira Câmara era composta por membros hereditários ou vitalícios, sempre nomeados pelo Rei; a segunda Câmara era eleita por sufrágio indireto. Com a adoção desta Carta Constitucional, adotou-se a teoria dos quatro poderes, sendo instituído o poder Moderador, que pertencia ao Rei, enquanto “Chefe Supremo da Nação” (Santos *et al*, 2011).

Em 1836, é reposta em vigor a Constituição de 1822, até abril de 1838, data em que a Rainha D. Maria II deu parecer positivo à Constituição de 1838. Até à implementação da I República, vigoraram, portanto, três textos constitucionais em Portugal.

Com a extinção das ordens religiosas em Portugal, em 1834, as obras no mosteiro, de carácter conventual, foram estagnadas, dando lugar a obras de índole parlamentar, a fim de dar ao Mosteiro características correspondentes a um órgão de Soberania. Estas foram dirigidas pelo arquiteto Possidónio da Silva, que fez algumas adaptações, sem alterar em demasia a estrutura primordial do convento.

Em 1889, no reinado de D. Carlos, já existiam alguns partidos políticos, havendo dois que se destacavam: o Partido Progressista, de esquerda, e o Partido Regenerador, de direita, embora ambos monárquicos. Portugal enfrentava uma época de crise - de greves, de desemprego - e muitos eram os portugueses descontentes com o Governo e com o Rei. Esta revolta dos cidadãos levou a que muitos se inscrevessem no Partido Republicano, com o intuito de abolir a Monarquia (Alçada e Magalhães, 2006).

Em 1891, a Inglaterra apresentou, ao Rei D. Carlos, um ultimato, exigindo a retirada de todas as tropas portuguesas dos territórios entre Angola e Moçambique. Este facto suscitou alguma revolta na população. Iniciou-se, então, uma época de manifestações e de protestos. Foi neste clima que nasceu o hino “A Portuguesa”, pelas mãos do músico Alfredo Keil e pelo poeta Henrique Lopes de Mendonça, como forma de alentar a nação (Alçada e Magalhães, 2006).

A 17 de junho de 1895, um incêndio na sala dos Deputados, atual sala das Sessões, marcou a história do Palácio de S. Bento. Apesar de não ter havido danos pessoais, surgiu a necessidade de reedificar o Palácio e formular um novo projeto de restauração, com o intuito de tornar o edifício mais adequado à vida parlamentar – trabalho que ficou a cargo do arquiteto Ventura Terra (França, 1999).

A 5 de outubro de 1910, após o regicídio de 1908, deu-se a implantação da I República em Portugal. A 19 de junho de 1911, foi eleita a Assembleia Nacional Constituinte e elaborada a nova Constituição, com base nos fundamentos do novo regime político. Com a aprovação da Constituição, a Assembleia Nacional Constituinte pôde eleger, a 24 de agosto de 1911, por sufrágio secreto, o primeiro Presidente da República, Manuel de Arriaga. Esta Assembleia passou, então, a ser constituída pela Câmara dos Deputados e pelo Senado, como estava previsto nos termos do texto constitucional (França, 1999).

A Constituição de 1911, em síntese, definia o poder do Presidente da República, estabelecia a existência de duas Câmaras, como já referido anteriormente, e atribuía os poderes Legislativo, Executivo e Judicial à Assembleia da República, ao Presidente da República e aos Juizes/Tribunais, respetivamente (Alçada e Magalhães, 2006).

Com a agitação económica e social resultantes da participação de Portugal na I Guerra Mundial, em 1914, surgiram vários movimentos de contestação que vieram abalar a eficácia do desempenho governativo. Foi neste clima de descontentamento que, em dezembro de 1917, Sidónio Pais liderou uma revolta militar, que acabou por resultar, com o apoio do Partido Unionista, na implantação de uma ditadura militar (Alçada e Magalhães, 2006).

Segue-se um longo período de instabilidade política, após o assassinato de Sidónio Pais, em 1918, que culminou com a instauração de outra ditadura militar, pelos Generais Gomes da Costa e Mendes Cabeçadas, a 28 de maio de 1926.

Em 1928, o General Óscar Carmona foi eleito Presidente da República, nomeando António de Oliveira Salazar para Ministro das Finanças. Passados dois anos, foi eleito um novo Governo e Oliveira Salazar, apesar de continuar no cargo de Ministro das Finanças, estabeleceu as bases para o novo regime, o Estado Novo. Em suma, este novo regime iria criar a União Nacional, uma única organização que permitiria aos portugueses participar na vida política, embora sem a criação de partidos políticos, e a criação de uma nova Constituição (Alçada e Magalhães, 2006; França, 1999).

A Constituição de 1933, contrariamente às constituições elaboradas anteriormente, foi feita com base num projeto de Constituição criado por Salazar, apoiado por colaboradores da sua confiança, formados em Direito. Nesta, o Presidente da República passou a ser eleito por sete anos, a Assembleia da República passou a denominar-se Assembleia

Nacional, passando a ser monocameral, e o Governo era detentor dos poderes legislativo e executivo (Alçada e Magalhães, 2006; Santos *et al.*, 2011).

Seguiu-se um longo período ditatorial, que só avistaria fim em setembro de 1968, quando Oliveira Salazar sofreu uma hemorragia cerebral, tendo o seu cargo sido ocupado por Marcelo Caetano (Santos *et al.*, 2011).

A 25 de abril de 1974, com uma enorme adesão popular, um movimento das Forças Armadas conseguiu pôr fim ao regime do Estado Novo, que vigorou quase 50 anos, instaurando a democracia. A partir desta data, sucederam-se diversas alterações e o General Spínola foi nomeado Presidente da República do I Governo Provisório (Alçada e Magalhães, 2006).

Entre 1975 e 1976, realizaram-se eleições realmente livres e foi elaborada uma nova Constituição, aprovada a 2 de abril de 1976. Esta definiu o cargo de Presidente da República, a Assembleia da República - com função legislativa e com competências de fiscalização política sobre o Governo e sobre a Administração Pública -, o Governo e os Juízes/Tribunais, como sendo os únicos órgãos de soberania do país, e restituiu aos portugueses os direitos e as liberdades fundamentais (Alçada e Magalhães, 2006; Santos *et al.*, 2011).

A 3 de agosto de 1976, teve lugar a sessão de apresentação do programa para o primeiro Governo Constitucional, presidida por Vasco da Gama Fernandes, eleito primeiro Presidente da Assembleia da República (Santos *et al.*, 2011).

2.1.1. Espaços do Palácio de S. Bento

Como supramencionei, a 17 de junho de 1895, um incêndio na sala dos Deputados, marcou a história deste Palácio. A formulação do novo projeto de reedificação do Palácio ficou a cargo do arquiteto Ventura Terra.

As obras de requalificação do Palácio ficaram marcadas pela alteração na fachada principal do Palácio, apesar de esta não ter sido realizada exatamente como constava no desenho inicial, devido ao falecimento de Ventura Terra, em 1919. A fachada principal

foi, então, continuada por Adolfo Marques da Silva que, em 1933, apresentou três projetos definitivos para o corpo central da fachada, onde seria colocado um corpo avançado, encimado por um frontão quadrangular, com uma alegoria à Pátria, que foi inaugurado em 1937. A fachada só ficou completa em 1941, após a construção de quatro esculturas que representam a Prudência, a Força, a Justiça e a Temperança (França, 1999).

O interior do Palácio é notável pela riqueza dos seus materiais e pelas ilustres obras de arte que o decoram. Aqui a remodelação teve especial importância na Escadaria Nobre e no Claustro.

A Escadaria Nobre veio substituir a escadaria do mosteiro e esteve a cargo do arquiteto António Lino que, apesar de ter respeitado a ideia de Ventura Terra, adaptou alguns acabamentos. Esta, com lances cruzados, dá acesso à sala das Sessões (antiga sala dos Deputados) e à sala do Senado, através de oito portas de vários acessos, com frontões triangulares, com grupos de esculturas que representam as oito províncias portuguesas, a saber: Lisboa, Porto, Braga, Viseu, Bragança, Faro, Évora e Castelo Branco. As paredes estão decoradas com diversas pinturas de Martins Barata, que representam as Cortes de Leiria de 1254, no reinado de D. Afonso III, e as principais atividades do reino no século XV, tais como a agricultura, a pesca, a indústria e o comércio. Do teto, em abóboda, pende um enorme candeeiro em ferro forjado, com 1191 kg e cerca de 144 lâmpadas (França, 1999; Dias, 2013).

O Claustro, que se manteve desde o tempo conventual, é composto por cinco arcos, apoiados por dois pilares toscanos. No centro do Claustro, foi colocada uma fonte, de finais do século XVIII, composta por um pequeno lago circular, no qual assenta uma taça de onde se ergue uma criança rodeada por golfinhos, segurando uma concha com um repuxo que apoia na cabeça. Todo o espaço foi ajardinado, tendo, nos dias de hoje, quatro canteiros, cada um com uma oliveira. Por debaixo das arcadas do Claustro foram colocados bustos de três personalidades que marcaram a política contemporânea - Natália Correia, Alda Nogueira e Adelino Amaro da Costa. Sabe-se, ainda, que no Mosteiro de S. Bento da Saúde existia um outro claustro, no angulo Norte do edifício, simétrico a este. Não figura atualmente no Palácio, uma vez que foi adaptado pelo arquiteto Possidónio da Silva, em 1834, para receber a sala das Sessões da Câmara dos Deputados (França, 1999).

A Câmara dos Deputados, destruída pelo incêndio, foi construída no local de um dos quatro claustros projetados para o mosteiro e passou a denominar-se sala das Sessões,

como referi, e foi inaugurada em 1903. Com as obras, esta sala perdeu a sua forma retangular, adquirindo uma forma semicircular, de anfiteatro. Mais recentemente, em 2009, esta sala foi sujeita a algumas alterações, com o intuito de conferir melhores condições a quem lá exerce funções (Dias, 2013).

No projeto inicial de Ventura Terra estava igualmente presente a construção da antecâmara da sala das Sessões, a atual sala dos Passos Perdidos. Este espaço tem o intuito de servir como ponto de encontro ou sala de espera para a sala das Sessões, entre membros do Moverno, jornalistas ou qualquer outra entidade. Situa-se no topo da Escadaria Nobre e possui uma decoração feita, essencialmente, por telas pintadas a óleo por Columbano Bordalo Pinheiro, que representam 22 figuras da História portuguesa, desde o séc. XIII ao séc. XIX, ligadas à política, à oratória e à Administração Pública. O teto está ornamentado com pinturas em dois grupos de três figuras alegóricas, um em cada uma das duas lunetas situadas nos extremos da abóbada - a Lei, a Justiça e a Sapiência; a Independência, a Soberania e a Pátria -, respetivamente, da autoria de João Vaz e de Benvindo Ceia (França, 1999; Dias, 2013).

Destas obras, que duraram quase 50 anos, resultaram ainda alterações na Biblioteca das Cortes e no Salão Nobre.

No que concerne à Biblioteca, no antigo mosteiro, este espaço correspondia ao local onde estavam instalados os dormitórios dos monges. Criada por Passos Manuel, está situada no andar Nobre e ocupa quatro salas. Inicialmente possuía cerca de 7300 volumes. Com o início do Estado Novo, em 1926, este espaço passou a designar-se Biblioteca da Assembleia Nacional e foi mobilada com estantes de dois pisos e mesas de leitura. Aí foram colocados, ainda, bustos de Oliveira Salazar e de Passos Manuel. Após o 25 de Abril, o busto do ditador foi retirado e o nome deste espaço foi alterado para Biblioteca da Assembleia da República, denominação que ainda hoje possui. Atualmente, com cerca de 180 mil volumes, ela oferece os seus serviços aos Deputados, à Administração, a funcionários da AR e dos Grupos Parlamentares, bem como a investigadores, mediante autorização superior (França, 1999; Santos *et al.*, 2011 e Dias, 2013).

O Salão Nobre foi arquitetado para o local onde se encontrava o coro alto da antiga igreja do mosteiro. A construção deste salão data de 1940, durante o Estado Novo, e a sua decoração é dedicada à temática da “Exposição do Mundo Português” e trata episódios da expansão marítima da nação. As pinturas que ornamentam este espaço foram

encomendadas a Sousa Lopes e, após o seu falecimento, ficaram a cargo de Domingos Rebelo e Joaquim Rebocho. As paredes desta sala possuem cinco pilares em mármore com embutidos de bronze. Os vãos das janelas são igualmente decorados com pinturas. No exterior e ao longo do Salão Nobre está presente a única varanda da Fachada Principal, uma obra modernizada, de Pardal Pinheiro. Atualmente, esta sala destina-se a receções oficiais, conferências e outras cerimónias (França, 1999; Dias, 2013).

O Palácio conta, ainda, com outros espaços que não sofreram alterações significativas em relação à reedificação planeada por Ventura Terra. A sala do Senado e a sala Dona Maria II são alguns desses exemplos.

A sala do Senado, atualmente, corresponde ao espaço onde tinha lugar, em 1826, a Câmara dos Dignos Pares do Reino, no reinado de D. Pedro IV, ainda com características conventuais. Situa-se no ângulo Oeste do andar Nobre do Palácio e engloba dois espaços já extintos do antigo Mosteiro. Desde logo considerada inapropriada para as funções da Câmara dos Pares, esta sala sofreu algumas alterações e foi inaugurada a 3 de janeiro de 1967, no reinado de D. Luís, cujo retrato ainda hoje nela permanece, encimando a mesa da presidência. A designação atual foi conferida durante a I República, mas, com a implantação do Estado Novo, passou a acolher a Câmara Corporativa. Só posteriormente, com o regresso do republicanismo, em 1974, voltou a ter o nome que lhe tinha sido atribuído neste regime. Contudo, a sua utilização deixou de ser regular, devido à existência de uma única Câmara – a Assembleia da República.

Nos dias de hoje, a sala do Senado é reservada para reuniões internacionais, reuniões de comissões, trabalhos dos grupos parlamentares, audições, eventos diversos e para as sessões nacionais do Parlamento dos Jovens. Do seu mobiliário original apenas restam a mesa, o cadeirão da presidência – ambos em madeira de nogueira, desenhados pelo escultor Anatole Calmels -, as bancadas parlamentares e os bancos das galerias. A este escultor também se deve o enorme dossel de cedro que envolve o retrato de D. Luís, com figuras representativas da Realeza e da Justiça, e o relógio da parede oposta, cuja moldura simboliza a Vigilância e a Sabedoria (França, 1999; Santos *et al.*, 2009; Dias, 2013).

A sala Dona Maria II data da segunda metade do Séc. XIX e situa-se na ala esquerda da fachada Noroeste do Andar Nobre do Palácio, à direita da sala do Senado. Inicialmente, esta sala tinha a designação de sala das Conferências e destinava-se, até ao final do Estado Novo, à realização de conferências. É uma sala quadrada, com paredes constituídas por

painéis e pintadas a imitar mármore, decoradas com retratos a óleo. Esta sala possui, ainda, uma lareira com friso dourado e azulejos temáticos. Em 1898, data em que a sala foi remodelada, foi colocado um retrato em tamanho real, pintado a óleo sobre tela, de Dona Maria II. A função inicial desta sala mantém-se na atualidade, sendo ainda utilizada para reuniões de conferência dos representantes dos grupos parlamentares, onde, sob a presidência do Presidente da Assembleia da República e com a presença de um representante do Governo, são programados os trabalhos parlamentares (França, 1999; Santos *et al.*, 2009; Dias, 2013).

O Refeitório dos Monges, apesar de ainda respeitar algumas características do antigo mosteiro, sofreu profundas alterações, tendo sido aí criado um piso intermédio para a instalação de mais gabinetes. Situa-se na ala Nordeste do piso térreo do Palácio. Foi este espaço que, em consequência do terramoto de 1755, acolheu temporariamente o Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Aqui podem ser observados 18 painéis de azulejos, sendo que 11, inspirados em gravuras italianas de Bernardino Passeri, contam episódios da vida de S. Bento, escrita por Gregório Magno, em 593. Atualmente, este espaço dá lugar ao Centro de Acolhimento ao Cidadão (CAC) e é aqui que os visitantes do Palácio podem assistir a um filme sobre as competências e o funcionamento da Assembleia da República, bem como ter acesso, através de um cubo multimédia e de livros impressos, à história do Palácio e à atividade do Parlamento (Afonso, 2003; Dias, 2013).

2.2. Funcionamento da Assembleia da República

A Assembleia da República é a assembleia representativa de todos os cidadãos portugueses. Possui competência política e legislativa, de fiscalização e ainda outras relativamente a outros órgãos.

2.2.1. Estatuto / Composição / Eleição

O estatuto, a eleição e a competência, bem como o funcionamento da Assembleia da República estão estipulados na Constituição da República Portuguesa, no Regimento e

no Estatuto dos Deputados. Este facto garante as relações de separação de poder e interdependência do Parlamento, relativamente aos restantes órgãos de soberania – Presidente da República, Governo e Tribunais (Santos *et al.*, 2011).

Enquanto órgão de soberania que representa todos os cidadãos portugueses, a AR é constituída por representantes escolhidos pelos portugueses e tem duas funções fulcrais: elaborar e aprovar as leis fundamentais da República – cabendo-lhe a iniciativa de revisão constitucional - e fiscalizar a ação do Governo e da Administração, bem como o cumprimento das leis e da Constituição (Alçada e Magalhães, 2006).

Segundo a 4ª revisão da Constituição da República, aprovada em setembro de 1997, a composição da AR pode variar entre os 180 e os 230 Deputados. Atualmente são 230 os Deputados que integram a Assembleia. Qualquer cidadão com direito a votar pode candidatar-se a Deputado, apresentando-se às eleições integrado numa das listas dos partidos políticos ou de coligações de partidos (Santos *et al.*, 2011).

A cada círculo eleitoral corresponde um determinado número de Deputados e este número é atribuído de acordo com o número de eleitores inscritos no recenseamento eleitoral do respetivo círculo – embora os Deputados sejam eleitos por círculos eleitorais, estes representam todo o país. Portugal dispõe, atualmente, de 22 círculos eleitorais, sendo 18 de Portugal continental, um da Madeira, um dos Açores, um dos cidadãos portugueses residentes na Europa e um dos que residem no resto do mundo (Vargas e Valente, 2008).

Em Portugal, a conversão dos votos em mandatos é feita através do método da média mais alta de D'Hondt. Segundo este método, divide-se o número de votos de cada lista, sucessivamente, pelo conjunto de números inteiros e alinham-se os quocientes – em número igual ao dos mandatos – por ordem decrescente. Cada lista recebe tantos mandatos, consoante os seus termos na série (Vargas e Valente, 2008; Dias, 2013).

No caso das eleições legislativas, cada cidadão vota no partido político mais adequado para o representar na AR e para governar. O partido que vencer as legislativas elege, então, o Presidente da Assembleia da República, bem como os restantes membros da Mesa – órgão composto por quatro Vice-Presidentes, quatro Secretários e quatro Vice-Secretários. Os Vice-Presidentes são eleitos sob proposta dos quatro maiores grupos parlamentares e cabe-lhes assegurar as substituições do Presidente. Os Secretários e Vice-Secretários são propostos pelos grupos parlamentares que tenham, no mínimo, um décimo

do número de Deputados e devem colaborar com o Presidente durante as sessões plenárias e na sua preparação (Vargas e Valente, 2008).

É na sala das Sessões que tem lugar o hemiciclo, onde cada Deputado é sentado de acordo com o partido político a que pertence.

2.2.2. Competência Legislativa

A Assembleia da República é o órgão de soberania que detém reserva absoluta ou relativa²¹ de poder legislativo e possui, por isso, um papel preponderante na feitura das leis. São da competência da AR a aprovação dos instrumentos essenciais da ordem jurídica nacional, tais como:

- As alterações à Constituição;
- As leis relativas à eleição dos Deputados às Assembleias Legislativas das regiões autónomas;
- As leis das grandes opções dos planos nacionais e o Orçamento do Estado;
- Os tratados, nomeadamente aqueles que implicam a participação de Portugal em organizações internacionais, os tratados de amizade, de paz, de defesa, entre outros.

Cabe, ainda, à AR, conferir às Assembleias Legislativas das regiões autónomas autorização para legislar sobre determinado assunto, conceder amnistias e perdões genéricos, autorizar o Presidente da República a declarar a guerra e a fazer a paz e autorizar e confirmar a declaração de estado de sítio e estado de emergência (Alçada e Magalhães, 2006; Dias, 2013).

No que concerne à iniciativa para elaborar uma lei, esta pode ser proposta pelos Deputados, pelos Grupos Parlamentares, ou por grupos de cidadão eleitores, designando-

²¹ A reserva absoluta de competência legislativa corresponde ao conjunto de matérias, consagradas na Constituição, sobre as quais está vedada ao Governo a aprovação de medidas legislativas, isto é, apenas a Assembleia da República pode legislar sobre elas. A reserva relativa de competência legislativa refere um conjunto de assuntos da exclusiva competência da AR, mas sobre os quais o Governo pode legislar, mediante autorização da mesma (Vargas e Valente, 2008).

se por projeto de lei, ou pelo Governo, denominando-se, neste caso, por proposta de lei. Este impulso legislativo pode surgir por razões formais ou informais. Consideram-se razões formais as iniciativas legislativas resultantes de imposição legal ou supralegal, nacional ou internacional. As razões informais são situações resultantes da pressão da opinião pública ou dos meios de Comunicação Social. O Provedor de Justiça pode, igualmente, ser um impulsionador de iniciativa legislativa ao recomendar à Assembleia da República a aprovação de determinada medida legislativa que vise corrigir certa situação (Alçada e Magalhães, 2006; Vargas e Valente, 2008).

Conforme supramencionado, os cidadãos têm, igualmente, o direito de iniciativa legislativa. Esse é exercido através da apresentação à AR de projetos de lei subscritos por um mínimo de 35 000 cidadãos eleitores (Vargas e Valente, 2008).

O documento é registado na Mesa da Assembleia para efeitos de admissão pelo Presidente da Assembleia. Após a admissão, o projeto de lei ou proposta de lei é registado, numerado e publicado, para posteriormente ser enviado para a comissão especializada permanente que se ocupa do tipo de assuntos visados pela lei (Vargas e Valente, 2008).

A comissão especializada aprecia, então, o assunto tratado e dá um parecer por escrito, podendo sugerir alterações. No caso de o parecer ser positivo, o documento é apresentado ao Plenário para que os Deputados possam analisar e debater as questões envolvidas no projeto de lei ou na proposta de lei. Se o documento for aprovado, o Presidente da Assembleia remete-o para o Presidente da República para promulgação.

O Presidente da República tem poder de veto e pode, no prazo de 20 dias, caso não concorde com o diploma, recusá-lo e devolver o documento para ser reapreciado. Caso promulgue, a proposta de lei ou o projeto de lei passa a lei e é enviada ao Primeiro-Ministro para ser assinada e, posteriormente, publicada em *Diário da República*.

Matérias como o Orçamento de Estado e as contas públicas, os estatutos das regiões autónomas, a apreciação de decretos-leis do Governo ou dos Tratados, estão previstos no Regimento como sendo processos especiais e, como tal, só podem ter iniciativa legislativa por parte dos Deputados (Vargas e Valente, 2008).

2.2.3. Administração e Serviços

Como referi anteriormente, a Assembleia da República é um órgão de soberania composto por 230 Deputados. Para o devido cumprimento destas funções e de outras descritas na Constituição, o Parlamento possui um conjunto de órgãos de administração, que assegura o funcionamento cabal da instituição.

Utilizando os meios disponíveis pela legislação em vigor para a Administração Pública, na sua vertente administrativa, a AR é gerida por um Gabinete do Secretário-Geral, que coordena todos os serviços que dele dependem e constitui o topo dos serviços do Parlamento (Santos *et al.*, 2011).

Apesar de pertencer à Administração Pública, o Parlamento possui autonomia administrativa e financeira, sendo que os funcionários que trabalham neste órgão de soberania têm um estatuto próprio e regras próprias.²² As regras da Administração Pública, em geral, só são aplicáveis em caso de lacunas ou omissões das regras próprias existentes.

O Presidente da Assembleia da República é o responsável máximo pela administração da AR e, nas suas funções, conta com o Conselho de Administração (CA - órgão composto por representantes de todos os grupos parlamentares, pelo Secretário-Geral e por um representante dos funcionários parlamentares - para a tomada de decisões. (Vargas e Valente, 2008).

A administração do Parlamento possui, ainda, diversos serviços, tais como:

- Direção de Serviços de Apoio Técnico e de Secretariado;
- Direção de Serviços de Documentação, Informação e Comunicação;
- Direção de Serviços Administrativos e Financeiros;
- Gabinete de Relações Internacionais e Protocolo;
- Centro de Informática;

²² A título de exemplo, a administração da AR possui um regime de carreiras do quadro de pessoal, distinto do da Administração Pública geral, bem como um horário de trabalho diferente e regime de estágios próprio.

- Centro de Formação Parlamentar e Interparlamentar;
- Museu.

Cada Direção de Serviços supramencionada possui diversas divisões com competências distintas.

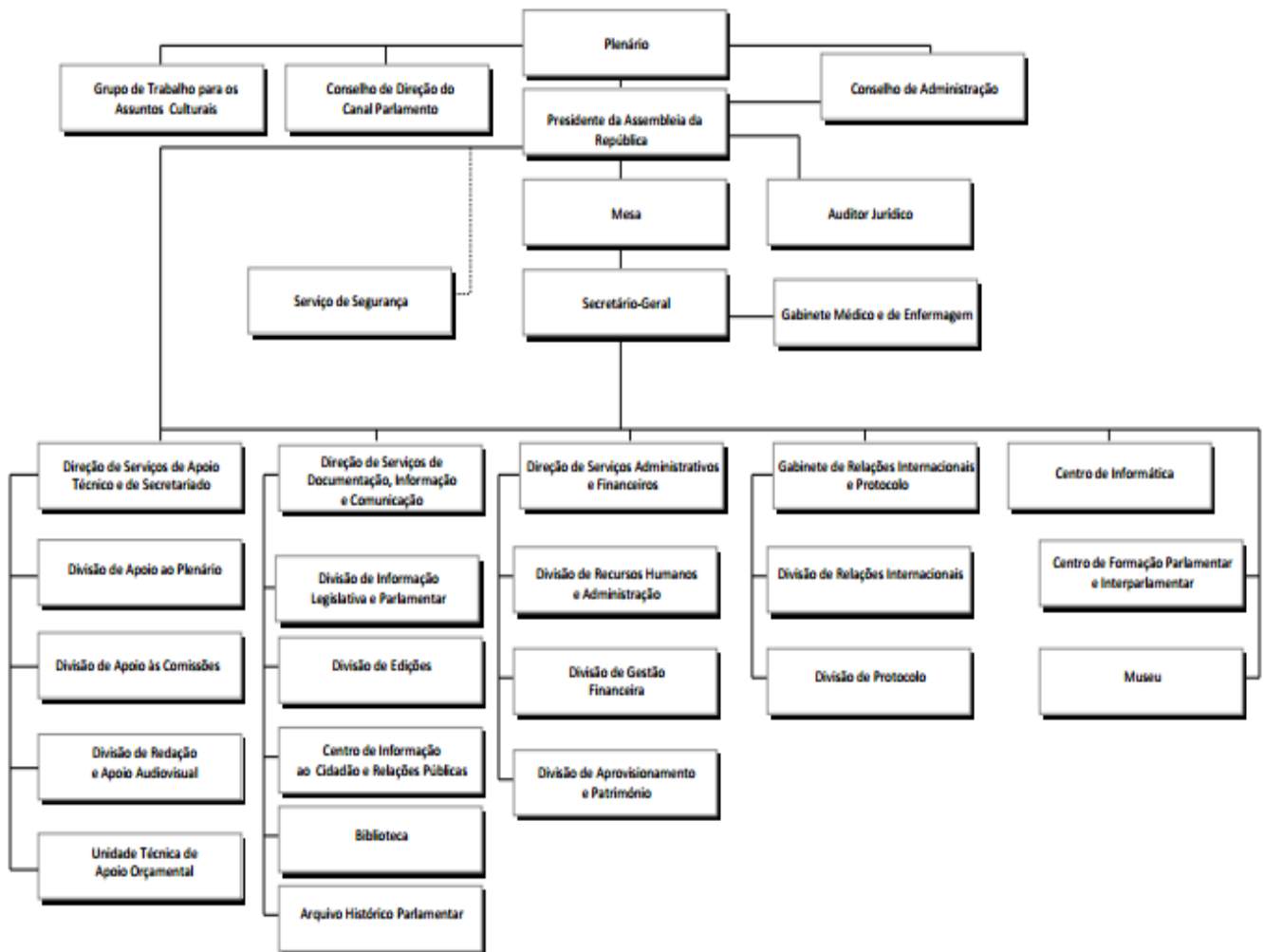


Figura 1 - Organograma dos serviços da Assembleia da República.

CAPÍTULO III

Comunicação externa dos serviços do Estado

1. Cultura nos serviços do Estado

“Culture is communication and communication is culture.”

(Hall, 1959, cit por Grunig, 1992, p. 609)

Um dos fatores que determinam a forma como atua a comunicação de uma determinada organização é, precisamente, o setor onde esta se insere e o tipo de cultura que rege o seu funcionamento. No que concerne aos serviços do Estado, e devido à elevada carga burocrática que rege o seu funcionamento, parece-me importante abordar o tipo de cultura que impera numa organização deste setor, nomeadamente os órgãos de poder na nossa sociedade, a fim de conseguir justificar o tipo de comunicação que nele prevalece.

Comecemos, então, por explicitar a noção de cultura, norteando-a, posteriormente, para o setor da Administração Pública.

Segundo Hall (cit. por Pires e Macedo, 2006, p. 84), pode definir-se o conceito de cultura como “conjunto de valores e pressupostos básicos expressos em elementos simbólicos, que na sua capacidade de ordenar, atribuir significações, construir a identidade organizacional, tanto age como elemento de comunicação e consenso, como oculta e instrumentaliza as relações de dominação”. Para Shein (2004), quanto melhor compreendermos a cultura, melhor teremos conhecimento sobre nós próprios, isto é, teremos uma melhor perceção das forças que atuam connosco e que definem quem somos, refletindo os grupos com os quais nos identificamos e aos quais queremos pertencer.

De forma a fazer a ponte entre o conceito de cultura e o de cultura organizacional, vamos assumir a definição dada por Goodenough (cit. por Gomes, 2000), na qual cultura consiste em tudo o que é necessário conhecer e acreditar para que alguém, no interior de uma dada

comunidade, possa atuar de forma aceitável. Deste modo, quando aplicada às organizações, a cultura pode ser encarada como um conjunto de valores partilhados, de símbolos, de significados, de crenças, de suposições e de expectativas que organizam e integram um determinado grupo de pessoas que trabalha conjuntamente (Larissa, *et al.*, cit. por Cutlip, Center e Broom., 2006).

Estes pressupostos são desenvolvidos à medida que a organização aprende a lidar com os seus problemas de adaptação externa e de integração interna e visam diferenciá-la das demais organizações (Shein, 2004). Quando gerida de forma correta, a cultura organizacional demonstra ser uma forte aliada na criação de coesão e trabalho de equipa dentro da organização (Cutlip, Center e Broom., 2006). Trata-se, portanto, de encarar a cultura como uma forma de adaptação, quer dos indivíduos à organização, quer da organização ao seu meio envolvente.

Quinn (cit. por Neves, 2000) e os seus colaboradores desenvolveram o Modelo dos Valores Contrastantes (ver figura 2), quando procuravam uma definição da eficácia organizacional. O referido modelo é composto por duas dimensões: foco Interno e Integração vs foco Externo e Diferenciação - valoriza o bem-estar e o desenvolvimento individual numa estrutura de trabalho e num ambiente interno estável, em oposição à valorização do ambiente externo à organização, da competitividade da organização, da aquisição de recursos e da produtividade; Flexibilidade e Mudança vs Estabilidade e Controlo - do lado da flexibilidade temos os valores de inovação e de adaptação assentes numa estrutura orgânica que encoraja a comunicação horizontal, a cooperação, a iniciativa individual, a informalidade e o desejo de mudança, em oposição ao Controlo que reflete valores de segurança e de estabilidade, assentes na autoridade formal e na coordenação interpessoal. Estas duas dimensões formam quatro quadrantes, os quais refletem quatro tipos de cultura distintos, a saber: modelo das Relações Humanas (Apoio), modelo dos Sistemas Abertos (Inovação), modelo dos Processos Internos (Regras) e modelo dos Objetivos Racionais (Objetivos).

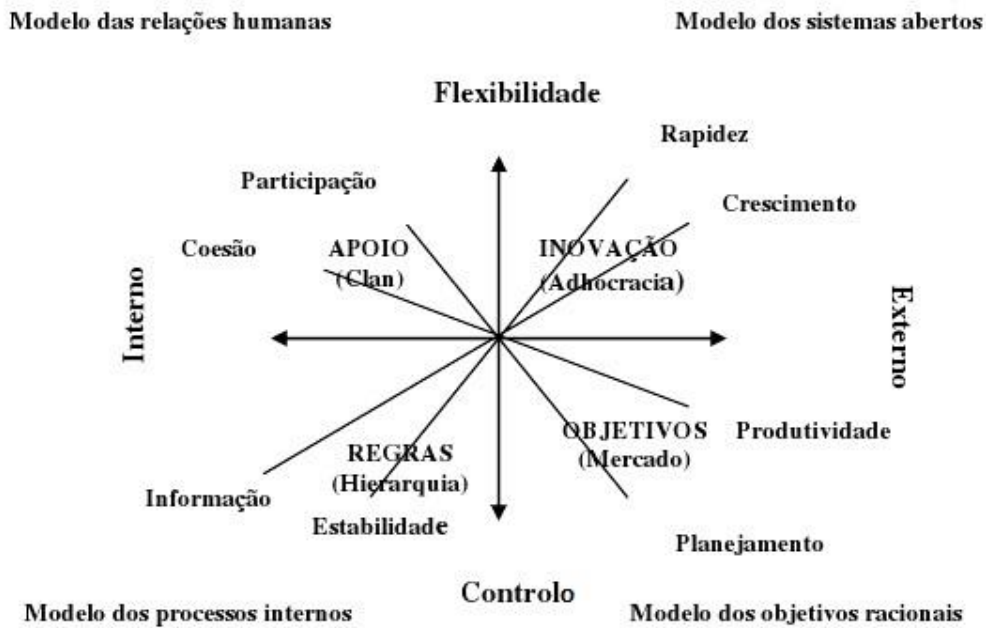


Figura 2 - Modelo dos valores contrastantes de Quinn e colaboradores.

A cultura de apoio enfatiza a flexibilidade e o lado interno da organização e tem como objetivo a criação e a manutenção da coesão entre os colaboradores, existindo uma forte preocupação com o seu bem-estar. A liderança tende a estimular a participação e o desenvolvimento das pessoas, fomentando a cooperação e o trabalho em equipa.

A cultura de inovação faz prevalecer a flexibilidade e a mudança, centrando a atenção na adaptação da organização às exigências da envolvente externa da mesma. Os valores que predominam neste tipo de cultura são o crescimento, a aquisição de novos recursos, a criatividade e a capacidade de adaptação. É igualmente importante que a organização se proponha a entrar em novos desafios e promova iniciativas.

Na cultura de objetivos é de realçar a preocupação com a produtividade e com o desempenho, sendo que os colaboradores são motivados a competir e a conseguir atingir os objetivos predeterminados. Aqui, a eficácia assenta na eficiência e na maximização de resultados.

A cultura de regras valoriza a formalização e a segurança, bem como a uniformidade e a centralização, em nome da estabilidade interna. O que constitui um fator de motivação são a segurança, a ordem, as regras e as normas de funcionamento da organização. A liderança tende a ser conservadora, na medida em que pretende assegurar a estabilidade

e a segurança, ambos critérios de eficácia. Este tipo de cultura é o oposto da cultura de inovação.

1.1. Modelo dos Valores Contrastantes aplicado aos serviços do Estado

Com o intuito de validar a operacionalização do conceito de cultura organizacional e avaliar o grau de influência de um conjunto de variáveis independentes na determinação da cultura organizacional, Neves (2000) realizou um estudo onde analisou - através da distribuição de questionários FOCUS²³ - oito organizações integradas em quatro setores de atividade: setor da saúde, setor da banca, setor da Administração Pública e setor da indústria.

Para atingir os objetivos mencionados anteriormente, o autor teve em conta o contexto em que a organização se insere, a sua estrutura e os seus mecanismos de coordenação, bem como os fatores sociodemográficos em que está assente. Estes fatores são considerados como variáveis independentes, que influenciam os tipos de cultura previstos no modelo dos valores contrastantes.

No presente trabalho, e tendo em conta o foco de estudo, centrar-nos-emos, essencialmente nos resultados do estudo relativos à Administração Pública e ao tipo de cultura que melhor se lhe afigura no modelo dos valores contrastantes, explicitando a sua estrutura, o seu dinamismo e o seu funcionamento.

Da área da Administração Pública, no estudo de Neves (2000), foram analisadas, como já referi, duas instituições, sendo que nelas foram inquiridos colaboradores de todos os níveis hierárquicos – nível de topo, nível intermédio e nível baixo.

Neves (2000) identificou nas organizações públicas modelos balanceados para o controlo e para o nível interno, predominando uma cultura do tipo Regras. Os estudos deste autor

²³ O questionário FOCUS (First Organizational Climate and Culture Unified Survey) é um instrumento baseado no modelo dos valores contrastantes de Quinn *et al.* (1983) e no modelo do clima organizacional de De Cock, Bouwen e De Witte (1986), que visa desenvolver e estandardizar em diferentes países um instrumento de avaliação da cultura e do clima organizacional.

indicaram que, no setor da Administração Pública, as percepções dos colaboradores tendem para a cultura do tipo Regras, ou seja, uma cultura assente na burocracia, orientada para o controlo e para os aspetos internos, valorizando-se o valor da hierarquia e dando particular atenção a questões relacionadas com a estabilidade e com a continuidade. Neste tipo de cultura, a segurança, a ordem, as regras, bem como as normas de funcionamento constituem fatores de motivação.

A pressão social, a imagem pública e a tutela são fatores que influenciam a estratégia das organizações públicas. O critério de agrupamento das suas atividades é habitualmente o funcional, existindo, portanto, uma baixa frequência de alterações e, quando estas ocorrem, têm o intuito de melhorar a coordenação de meios, onde a hierarquia e as regras são os mecanismos de controlo mais frequentemente usados. A inexistência de poucos fatores indiciantes de uma cultura de Inovação pode ser explicada através da escassa sintonia na definição e na compreensão dos objetivos organizacionais, da fraca pressão organizacional no sentido do cumprimento rigoroso desses mesmos objetivos, da iniquidade do sistema de incentivos e a lógica de nivelamento inerente aos mesmos, bem como a reduzida participação e envolvimento dos colaboradores nas políticas de gestão de recursos humanos.

Segundo Dussault (cit. Pires e Macedo, 2006), as organizações pertencentes à Administração Pública dependem em maior grau do ambiente sociopolítico e, como tal, o seu quadro de funcionamento é regulado externamente à organização. Estas são, portanto, mais vulneráveis à interferência do poder político, uma vez que são geridas pelo poder público.

A dependência do poder político, o apego às regras e rotinas, a supervalorização da hierarquia e a burocracia estatal, constroem o comportamento dos membros de qualquer entidade pública (Chambel e Curral, 2008). Esta dimensão comportamental influencia, invariavelmente, o funcionamento destas organizações e, conseqüentemente, a forma como comunicam, tanto externa, como internamente.

2. Comunicação nos serviços do Estado

A preocupação com a comunicação nas organizações estatais, se há alguns anos foi descuidada, nos dias que correm não pode ser uma questão a desvalorizar. Contudo, trabalhar as RP nos serviços do Estado é uma tarefa desafiante para os profissionais da área. Além das habituais questões éticas e legais, o setor onde estes serviços se inserem, o setor público, possui um vasto conjunto de públicos com os quais tem de se relacionar.

2.1. Envolvimento do Público

Num estado democrático, a responsabilidade de envolver os cidadãos nos processos de governação, de lhes inculcar um sentido de comunidade, civismo e bem-comum é incumbida aos órgãos da Administração Pública (AP). Esta espécie de função “pedagógica” dos serviços estatais para com os cidadãos envolve uma partilha, que deve ser livre e enriquecedora de pensamentos e perceções, bem como assentar no desenvolvimento do comportamento humano, no que concerne à fomentação de ações de cooperação com o próximo (Gawthrop, 1998).

Uma Administração Pública moderna é uma Administração que se mostra recetiva, que não encara os cidadãos apenas como eleitores, contribuintes ou consumidores, mas sim como cidadãos ativos, com direitos e obrigações, a quem a Administração se abre para que possam intervir no processo de gestão pública (Rio, 2011).

As pesquisas que precederam a realização deste trabalho evidenciaram a importância do estudo da relação entre a Administração Pública e os seus públicos, uma vez que a Administração, por si só, não tem razão de existir, tendo em conta que a sua finalidade é satisfazer as necessidades coletivas. A eficácia deste setor depende das condições da sua inserção social e a lógica que sustenta o funcionamento de uma organização deste tipo deve ser articulada com o meio ambiente onde se insere (Martins, 1986).

Devido à sua abrangente dimensão social, a AP só pode agir eficazmente se conseguir a manutenção de um fluxo contínuo de informação proveniente da sua envolvente que,

deste modo, lhe dá *feedback* da sua atuação. Esta comunicação com o exterior permite equilibrar a organização a nível interno, podendo, deste modo, evoluir e melhorar as suas próprias estruturas (Martins, 1986).

A relação Administração/Público pode ser encarada como sendo ambivalente, no sentido que, por um lado, os serviços do Estado têm, e devem ter, uma certa abertura para com o exterior, uma vez que estão mergulhados num meio social – no qual vai extrair informação e obter o apoio que precisa -, mas, por outro, essa “osmose com a sociedade nunca pode ser total” e todos os fluxos provenientes do exterior são canalizados com a própria lógica da organização (Martins, 1986, p. 364).

Ora, atualmente, e no caso concreto de Portugal, esta relação da Administração Pública com os cidadãos é permanentemente mediatizada em prol do interesse geral dos mesmos. Contudo, ainda sugere uma certa propensão para o fecho e para a unilateralidade, ou seja, para uma relação cuja comunicação é feita no sentido Administração/Público, onde, e segundo um estudo realizado por Cabral (2000), a maioria da população por ele inquirida acredita que “a sua opinião pouco ou nada importa para decidir os problemas do nosso país” (Cabral, 2000; Martins, 1986).

Este sentimento difuso de distanciamento entre os serviços do Estado e as instâncias de poder, manifestado pela grande maioria da população portuguesa, configura aquilo a que se pode denominar por um défice comunicacional entre estes dois grandes pilares da sociedade (Cabral, 2000).

2.2. Relações Públicas nos serviços do Estado

Vivemos numa sociedade onde as organizações operam num ambiente em constante mudança, devido à globalização dos mercados, aos avanços tecnológicos e ao aumento da concorrência (Zorn *et al.*, 2000). As Relações Públicas têm vindo a acompanhar essas alterações, com o intuito de melhor se adaptarem ao meio no qual estão inseridas. Esta função de gestão, além de ser uma componente fulcral para que qualquer estratégia organizacional seja bem-sucedida, é fundamental para compreender a forma como os cidadãos percecionam o funcionamento dos serviços públicos e agir em conformidade. O

dever de responder aos desafios de transparência e de facultar o acesso à informação nunca foi tão importante numa sociedade onde o cidadão tem um poder soberano.

Numa sociedade democrática, todas as organizações pertencentes ao Estado têm obrigação legal e moral de informar os meios de comunicação e os cidadãos em geral, relativamente às suas decisões políticas, bem como a qualquer questão que possa afetar a sociedade (Tench e Yeomans, 2006).

No que respeita aos serviços públicos, apesar dos avanços consideráveis ao nível das RP ao longo dos anos e da sua função crucial no seio de uma organização, a sua prática é, ainda, muitas vezes mal desempenhada ou desvalorizada, nomeadamente nestes serviços. Comumente é dada mais importância a questões de teor tecnológico ou da própria estrutura da organização, colocando a comunicação num patamar secundário (Garnett e Pandey, 2006).

Torna-se, então, prioritário que qualquer organização pública oiça a comunidade onde esta está inserida, de forma a entender as suas carências. Além de ouvir, é crucial que aprenda com ela e a mantenha informada sobre as suas atividades e a forma como a organização age em conformidade com as necessidades dos seus públicos. No fundo, são os profissionais de RP que estabelecem a ligação para aproximar e criar relações benéficas, capazes de sustentar uma relação de afinidade entre a organização e a comunidade. Este processo – ouvir, aprender e dar a conhecer – deve ser cíclico, na medida em que as expectativas e as exigências dos cidadãos estão em constante mudança (Public Sector PR, [2009])²⁴.

Trabalhar as RP no setor estatal acaba por se revelar um desafio. Apesar das habituais questões éticas, legais e técnicas associadas a este setor, deve ainda ser considerada a vasta quantidade de *stakeholders* com que o profissional de RP tem de lidar, bem como reconhecer as inevitáveis diferenças entre cada um deles. Este setor exige, não só uma comunicação mais ampla, como também uma ambivalência ao nível das suas funções. Conseguir fazer uma adequada gestão de interesses de todos os *stakeholders* acaba por se

²⁴ “Good Public Sector Communication”, [2009], Disponível em <http://www.publicsectorpr.co.uk/good-communication.php> [Consult. 13 de março 2014].

traduzir na projeção de uma ideia de segurança e de confiança associada à organização, quer a nível local, regional e nacional, quer internacional (Cândido, 2009).

Nas origens da atividade de RP no setor público, por volta de 1947, esta tinha como função estabelecer canais de comunicação entre os órgãos soberanos e os meios de Comunicação Social, sendo que o papel destes profissionais consistia em, essencialmente, informar. Existiam, portanto, quatro objetivos principais (Theaker, 2004):

- Manter o público informado sobre as matérias tratadas pelos diferentes departamentos;
- Usar todos os métodos publicitários que ajudassem os departamentos a atingir os seus propósitos;
- Tratar de qualquer espécie de matéria que exigisse o envolvimento do público,
- Dar conhecimento ao departamento relativamente à relação do público face às políticas ou ações levadas a cabo pelo mesmo.

Atualmente, a comunicação no setor público deve ser entendida como um combate à apatia pública na participação das decisões e como um meio de estabelecer uma relação harmoniosa entre a organização e a comunidade. Quando utilizada de forma correta, são diversos os benefícios das RP para os serviços públicos. Destaca-se, aqui, a sua capacidade de facilitar os órgãos de soberania no exercício das suas responsabilidades, enquanto estado democrático, e de levar os diferentes organismos públicos a implementar as suas missões (Cutlip, Center e Broom, 2006; Lee *et al.*, 2012).

Brian Harvey (cit. por Cândido, 2009) enumerou seis objetivos primordiais das funções das Relações Públicas no setor público, que devem servir de base à sua atuação, a saber: estabelecer, manter e projetar o carácter e a identidade da autoridade corporativa; criar conhecimento das políticas, procedimentos e das atividades da entidade através da transmissão máxima de informação aos cidadãos; responder, de forma apropriada, quando a instituição é criticada; estabelecer e manter canais eficazes de comunicação, bem como desenvolver um programa consistente e apropriado de técnicas de comunicação; criar e manter, com as entidades locais, uma consciência da necessidade de comunicar com os vários grupos e assegurar um nível sustentado de responsabilidade nas funções do profissional de Relações Públicas, ao nível das políticas locais e nacionais. Estas iniciativas, quando incorporadas num Plano de Comunicação Estratégica, ajudam a

organização a definir prioridades que suportem a sua visão, a sua missão e os seus objetivos.

Contudo, existem outros pormenores que ajudam a estreitar relações entre os serviços do Estado e os cidadãos. Tanto o diálogo como a assistência personalizada são necessidades que se impõem quando pensamos a comunicação no setor público como uma relação. Zémor (1995) elenca alguns aspetos cruciais, no sentido de melhorar a perceção dos serviços do Estado junto dos seus utilizadores, nomeadamente: a qualidade do atendimento, que tem na sua génese o “treino” dos funcionários públicos no que concerne à comunicação interna; o ato de ouvir os cidadãos, isto é, ter a capacidade de dar uma resposta não estereotipada; a criação de um diálogo, capaz de recolher ideias e de medir o grau de satisfação dos cidadãos, a fim de propor melhorias (independentemente das burocracias que regem os serviços deste setor); a capacidade de adaptar a mensagem a transmitir às diferentes realidades de cada cidadão.

Como já referi, os cidadãos portugueses apresentam, neste momento, o nível mais baixo de confiança no seu sistema político alguma vez registado (Eurobarómetro, 2013). Por exemplo, “a imagem negativa que os portugueses têm do Parlamento, não é, em grande medida “do Parlamento”, mas sim de todo o sistema político” (Freire *et al.*, 2002, p. 154). Este descontentamento com a atual democracia reflete-se na atitude dos portugueses, que acabam por nutrir um desinteresse passivo, que os leva a abdicar do seu papel e da sua participação no sistema político-administrativo. O envolvimento das pessoas, quando ocorre, resume-se à participação em pequenos grupos, que visam canalizar energias para protestar contra decisões específicas ou para resolver problemas locais e pontuais. Trata-se, portanto, de um envolvimento esporádico, de curta duração, que depressa se desvanece. Em relação a assuntos de índole nacional, geralmente a participação dos cidadãos limita-se aos atos eleitorais e à participação nos grupos de interesse, quando existem (Araújo, 2002; Rio, 2011).

Os aspetos acima descritos complicam, em muito, a função de qualquer funcionário do Estado português, como o do profissional de RP, cujo objetivo é, como mencionei, levar a organização a estar em sintonia com o ambiente que a envolve, ou seja, com os seus públicos.

O facto de as organizações públicas serem consideradas sistemas complexos devido ao alto índice de burocracia inerente ao seu funcionamento, também não facilita o trabalho

das RP neste tipo de entidades (Moreira, 2011). Liu e Horsley (2007) apontam a política do Governo, os diversos constrangimentos legais, o escrutínio dos meios de comunicação e do público e a fraca importância dada ao trabalho dos profissionais de RP como alguns dos fatores que caracterizam e, como referi, dificultam a prática de um departamento de comunicação nestas condições.

Atualmente, em Portugal, torna-se fundamental melhorar os canais internos e externos de comunicação, formal e informal, promovendo uma comunicação em todas as direções. A comunicação pública pode - e deve - ser utilizada como meio estratégico para aproximar os cidadãos da Administração Pública, dando a conhecer os serviços prestados pela Administração à coletividade, conferindo-lhe visibilidade e criando uma imagem positiva e credível da sua atuação (Rio, 2011).

É importante produzir e disponibilizar informação de qualidade, organizada na perspetiva dos cidadãos, horizontal e integrada, simples, que forneça elementos concretos, adaptada ao perfil dos diferentes destinatários; educar os cidadãos sobre a importância da reforma, melhorando, assim, a qualidade da participação cívica; utilizar a comunicação de forma proativa e não só como resposta a crises ou pressões de cidadãos insatisfeitos, mas também para obter *feedback* em relação às medidas tomadas, ou a tomar, legitimando, assim, a ação da Administração (Gomes, 2003). O cidadão só tende a participar quando sente que o seu envolvimento terá influência nos assuntos em debate, sentimento que, como refere Cabral (2000), não é partilhado pela maioria dos portugueses.

Neste sentido, a comunicação deve ser usada pelos profissionais da AP como meio para promover a cooperação entre sujeitos e tentar diminuir a atual desconfiança que os cidadãos portugueses possuem, relativamente aos serviços do Estado.

No caso particular dos órgãos de soberania, apesar de as funções do profissional de comunicação serem similares às de um profissional da mesma área que trabalhe numa outra organização estatal, existem algumas especificidades que devem ser mencionadas.

Avery (1995) refere as principais atividades que devem ser levadas a cabo pelos profissionais de RP de um órgão de poder, a fim de cumprirem o seu dever enquanto membros de uma sociedade democrática, tais como:

- Aumentar a consciência pública;
- Persuadir mudanças de comportamentos;

- Manter “os legisladores” informados relativamente aos comportamentos dos cidadãos face a novas leis ou regulamentações;
- Criar uma "janela" entre a organização e os cidadãos;
- Facilitar a comunicação bidirecional entre a organização e os cidadãos (Avery *et al.*, cit. por Dennis, 1995, p. 173).

Outro dos princípios fulcrais da atividade de qualquer profissional de comunicação é a clara identificação dos públicos com os quais a organização lida. No que concerne aos órgãos de poder, apesar da multiplicidade de públicos externos que uma organização deste tipo abarca, para Lee (2000, p. 227) é possível segmentá-los pelas seguintes categorias:

- *Customer Relations* – Indivíduos ou a grupos que “consomem” os bens e os serviços da organização;
- *Community Relations* – Pequenas populações ou residentes na zona onde a organização está localizada;
- *Group Relations* – Grupos organizados que demonstram particular interesse e atenção pelo trabalho que a organização desenvolve;
- *Liason with Elected Officials* – Ato de manter uma boa relação com o órgão que detém o poder legislativo. Esta atividade também costuma denominar-se de “*Congressional relations*” ou “*legislative liason*”;
- *Intergovernmental Relations* – Outras organizações de poder ou com organizações com outro tipo de domínio de poder (ex.: autarquias, câmaras municipais);
- *Public Relations* – Público em geral e indiferenciado. Esta atividade, neste contexto, também se pode denominar de “*citizen relations*”.

As relações externas supramencionadas são mantidas através de diversas técnicas de comunicação direta ou indireta. A primeira engloba o contacto direto com os públicos, através de chamadas telefónicas, da criação de momentos de proximidade com os mesmos, etc. A comunicação indireta é feita através dos meios de Comunicação Social e dos intermediários (Garnett, 1992, em Lee, 2000).

“As public servants in our democracy, federal, state, regional and local governments have a fundamental obligation to inform their publics and to be informed by their publics. This two-way communication is vital to government legitimacy and effectiveness.”

(Garnett, 1992, p. 165)

Com base na citação acima descrita, é possível afirmar que o sucesso ou o fracasso da atuação de qualquer órgão de soberania pertencente a uma sociedade democrática depende do tipo de comunicação que o mesmo estabelece com os cidadãos.

CAPÍTULO IV

Contexto de Estágio – Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas

“A Assembleia da República, instalada no que foi o Mosteiro de S. Bento da Saúde, no seu tempo um importante centro de cultura e saber, é o local por excelência do diálogo democrático que não começa e acaba no diálogo político, mas se estende e prolonga pelo ainda pelo diálogo cultural e artístico. Os seus espaços, salas e corredores têm servido também para a difusão da arte e da cultura, oferecendo periodicamente exposições, concertos, lançamentos literários e outros eventos culturais de grande qualidade, não só aos Deputados e aos funcionários, mas também ao público em geral.”

(Jaime Gama, 2007, p. 3)

1. Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas da Assembleia da República

Integrado na Direção de Serviços de Documentação, Informação e Comunicação está o Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas (CIC/RP), local onde foi realizado o estágio que norteia o presente relatório.

Este serviço existe desde 2004 e foi criado para “reforçar a política de abertura do Parlamento aos cidadãos, direcionando a sua ação essencialmente para o desenvolvimento de uma comunicação mais eficaz, dinâmica, próxima e aberta com os cidadãos em geral, mas também com os Deputados, com os agentes sociais e culturais e

com os meios de Comunicação Social.” (Entrevista pessoal, Marlene Viegas Freire, 2 de outubro de 2014)²⁵.

Neste sentido, emerge a noção de “comunicação parlamentar institucional” e que está na base de atuação deste serviço, ou seja, uma comunicação exata e politicamente neutra, que nada tem que ver com a “comunicação parlamentar partidária”, da competência dos grupos parlamentares (Silva, 2014, p. 30).

Como tal, compete ao Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas (LOFAR, 2010)²⁶:

- a) Promover a divulgação da atividade da Assembleia da República no país;
- b) Assegurar a organização e funcionamento de um *call center* que proporcione e divulgue informação aos cidadãos e ao público em geral sobre a Assembleia da República e as suas atividades;
- c) Assegurar a manutenção e funcionamento do *website* da Internet relativo à Assembleia da República;
- d) Assegurar o atendimento do público em geral e outras atividades de Relações Públicas junto dos cidadãos, agentes sociais, culturais e outras instituições nacionais e estrangeiras;
- e) Atender os cidadãos que se dirijam à Assembleia da República e desejem ser recebidos por Deputados, grupos parlamentares e funcionários, ou pretendam colher informação sobre a atividade da Assembleia da República ou dos seus órgãos ou serviços;
- f) Assegurar, na sequência de instruções recebidas da Mesa da Assembleia da República, a distribuição, em tempo útil, de um boletim informativo, designadamente por via eletrónica, do qual constem, a ordem do dia e outras informações sobre a atividade parlamentar;

²⁵ Consultar Anexo 1 - Entrevista à Dr.^a Marlene Viegas Freire, Coordenadora para a área das Relações Públicas do CIC/RP e Coordenadora do Projeto “Parlamento dos Jovens” (2 de outubro de 2014).

²⁶ “Lei de Organização e Funcionamento dos Serviços da Assembleia da República (LOFAR)”, 2010. Disponível em http://www.parlamento.pt/Legislacao/Documents/Legislacao_Anotada/LOFAR_Simples.pdf. [Consult. 14 de maio 2014].

- g) Propor a realização de ações no âmbito da informação ao cidadão, assegurando a execução daquelas que lhe forem superiormente determinadas;
- h) Promover e organizar em colaboração com os demais serviços visitas ao Palácio de S. Bento;
- i) Assegurar aos órgãos de Comunicação Social todo o apoio necessário ao desenvolvimento da sua missão e promover através deles a divulgação das atividades da Assembleia da República.

Em suma, esta divisão assenta em três pilares que regem o seu funcionamento, sendo eles (Freire, 2013):

- Informar, isto é, fornecer informação sobre o Parlamento (alíneas a), b), c), f) e i));
- Educar, ou seja, dar a conhecer a história, as competências e o funcionamento da AR (alínea h));
- Interagir, que corresponde ao diálogo constante e aberto que o CIC/RP assegura aos cidadãos (alíneas d), e) e g)).

Ao longo dos anos, e desde a sua criação, o reconhecimento da importância do papel desta divisão de RP na AR foi-se traduzindo no aditamento e no reforço de competências e de responsabilidades nas áreas comunicacional, educativa e cultural, além das formalmente atribuídas.

Com o objetivo primordial de transmitir, de forma integrada, com rigor e atualidade, a atividade parlamentar e cultural da AR, as competências do CIC/RP passam por acolher os cidadãos, ou seja, trazer os cidadãos até ao Parlamento e ir ao encontro dos mesmos, levando o Parlamento para junto das pessoas. O primeiro eixo de atuação – Acolher os cidadãos – engloba diversas iniciativas, tais como; visitas guiadas ao Palácio de S. Bento, assistências às sessões Plenárias, Audiências com a Presidente da Assembleia da República e com os Deputados, diversos eventos, entre outros que apresentarei em seguida. O segundo eixo – Ir ao encontro dos cidadãos – é pautado pela existência do *website* do Parlamento, pela presença da AR no Facebook, pelo envio mensal da *newsletter*, etc.

1.1. Acolher os cidadãos

O acolhimento dos cidadãos é um dos expoentes mais expressivos da atuação do CIC/RP. Neste parâmetro, inserem-se as funções desta divisão, no que concerne a assegurar o atendimento do público em geral, quer telefónica, quer presencialmente, a realizar eventos de índole diversa - como exposições, atuações musicais, colóquios, etc. -, a organizar visitas guiadas ao Palácio de S. Bento e assistências às sessões plenárias, bem como a promover o contacto entre os cidadãos que visitam a AR e os Deputados.

- **Visitas guiadas**

Uma das principais áreas de atuação do CIC/RP, no âmbito das suas competências educativas e de acolhimento dos cidadãos, é a organização de visitas guiadas ao Palácio de S. Bento. Estas são consideradas um importante instrumento pedagógico e de cidadania, uma vez que permitem o envolvimento dos visitantes na história e no espaço patrimonial do edifício, ao mesmo tempo que lhes proporciona um conhecimento mais aprofundado sobre as competências e o funcionamento do órgão ali instalado (Ver Apêndice I, dia 7/02).

As visitas guiadas são realizadas em dias úteis e no último sábado do mês. As primeiras são essencialmente direcionadas para instituições de diversos graus de ensino (a partir do 4.º ano de escolaridade, inclusive) e para grupos organizados de cidadãos nacionais ou estrangeiros. As segundas são dedicadas aos cidadãos em nome individual ou a pequenos grupos organizados e são visitas temáticas, podendo o cidadão optar pelas seguintes abordagens expositivas: “Palácio de S. Bento: vi(r)ver o Parlamento” (visita guiada centrada na história do Palácio de S. Bento, nos aspetos mais emblemáticos dos vários espaços e na atividade e competências do Parlamento) ou “Palácio de S. Bento: um património com história” (visita guiada vocacionada para a história do Palácio de S. Bento, em que são evidenciados os aspetos arquitetónicos e patrimoniais do Parlamento). No primeiro caso, as visitas são conduzidas pelo CIC/RP e, no segundo, pelo Museu da AR.

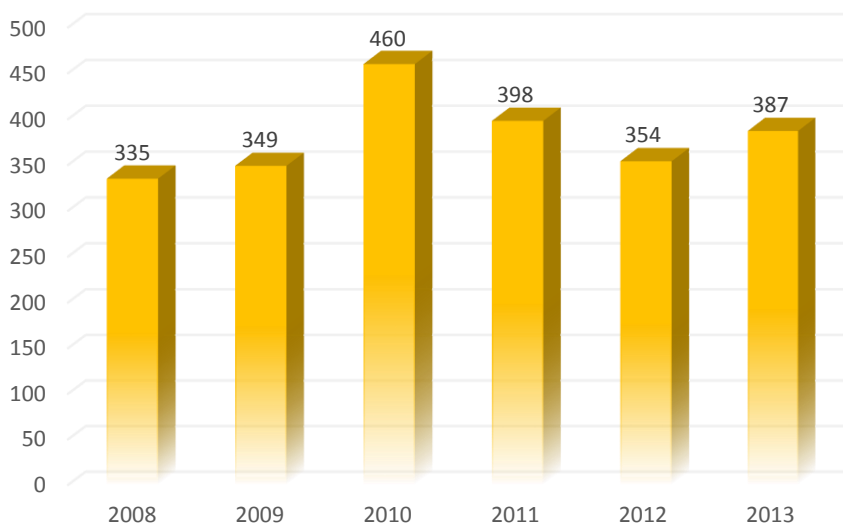


Gráfico 1 – Número de visitas guiadas realizadas ao Palácio de S. Bento.

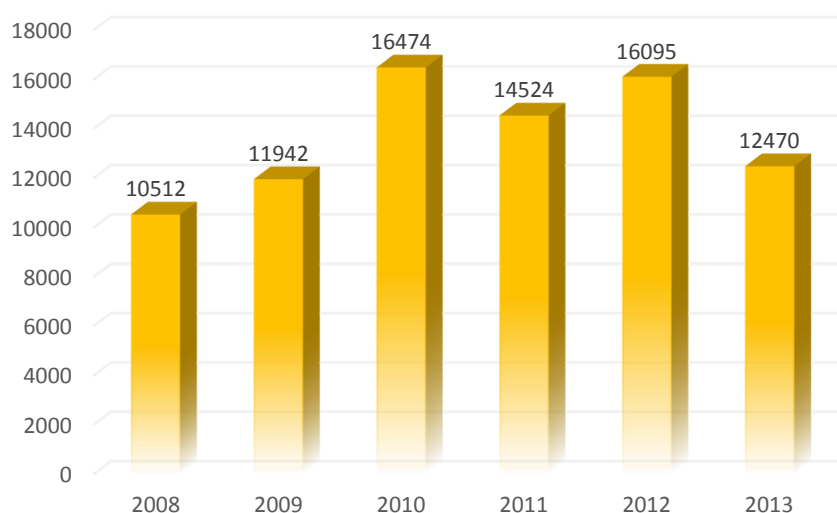


Gráfico 2 – Número de cidadãos que visitaram o Palácio de S. Bento, no âmbito das visitas guiadas.

Apesar de os serviços do CIC/RP serem maioritariamente voltados para a comunicação externa, é necessário frisar que, no âmbito das visitas guiadas, a comunicação interna não foi descurada. Com o intuito de familiarizar, ainda mais, os colaboradores da AR com o espaço onde trabalham diariamente, esta divisão, a título experimental, realizou uma visita guiada pelos espaços que não se encontram no trajeto das usuais visitas, englobando

locais que, pelo difícil acesso, nunca foram visitados pelos demais funcionários da AR (Ver Apêndice I, dia 18/02).

Em 2013, no dia 25 de abril, foi inaugurado um novo espaço de encontro com os cidadãos e ponto de partida para as visitas ao Parlamento: o Centro de Acolhimento ao Cidadão. Trata-se de um espaço dinâmico e interativo, situado no Refeitório dos Monges, que permite que os cidadãos explorem, de forma envolvente, informações essenciais sobre a AR.

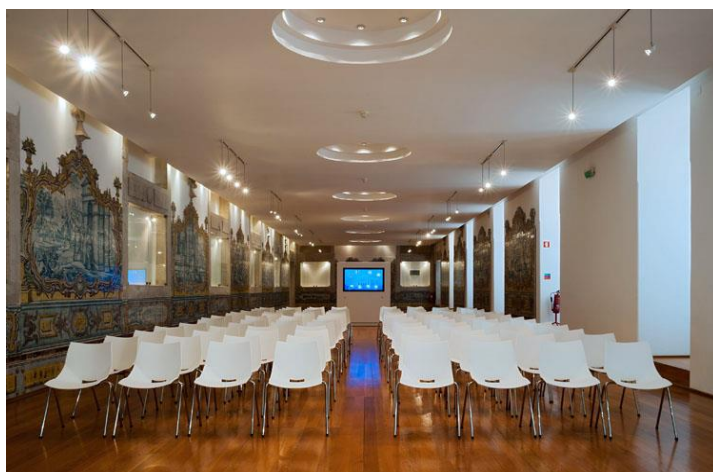


Figura 3 – Centro de Acolhimento ao Cidadão (CAC).

No interior da sala, existe uma antecâmara, onde são disponibilizadas gratuitamente brochuras informativas adaptadas a diferentes faixas etárias, folhetos sobre o Palácio de S. Bento e sobre os diversos serviços da AR, informação sobre os atuais deputados, além de uma Constituição da República Portuguesa em miniatura. Existem, igualmente, postais onde os cidadãos podem deixar mensagens aos seus representantes.

Ao centro da sala encontra-se um cubo multimédia, com oito ecrãs táteis, que permitem aos visitantes consultar informações pormenorizadas sobre os círculos eleitorais, a atividade parlamentar, a biografia dos deputados, os vários órgãos da AR, o processo legislativo, os grupos parlamentares, etc.

Este espaço veio promover uma interação entre o cidadão e o órgão de soberania, pondo ao seu dispor um vasto leque de informações sobre a Parlamento, tendo, por isso, uma deliberada componente pedagógica.

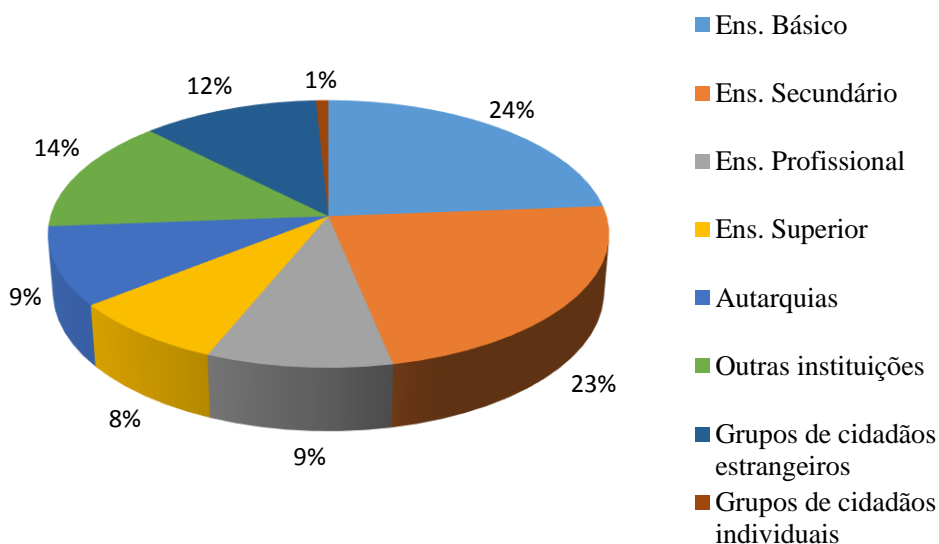


Gráfico 3 - Distribuição das visitas guiadas, em dias úteis, por público-alvo, referente ao ano de 2013²⁷

- **Visitas livres ao Palácio de S. Bento (dias comemorativos)**

Até abril de 2013, aquando das comemorações do Dia 25 de Abril e do Dia Internacional dos Monumentos e Sítios, foi levada a cabo no Parlamento a iniciativa "Parlamento de Porta Aberta", que consistiu na realização de visitas livres e/ou guiadas para todos os cidadãos que quisessem conhecer melhor a AR.

Na comemoração do Dia Internacional dos Monumentos e Sítios, no mês de abril, além das visitas guiadas ao edifício do Parlamento, são levadas a cabo diversas atividades que

²⁷ Retirado do Relatório Anual de Atividades do CIC/RP, referente a 2013, p. 10

visam envolver os cidadãos na história do Palácio de S. Bento, “com o objetivo de recolher testemunhos e experiências e fomentar um debate aberto e participado”²⁸.

O 25 de Abril, Dia da Liberdade, tem sido, igualmente, marcado por visitas livres ao Palácio de S. Bento. No presente ano, e por se comemorar o 40.º aniversário da Revolução de Abril, todo o mês foi marcado por uma série de iniciativas – exposições de filmes, exposições, concertos e peças de teatro –, com o intuito de apelar à participação do público e à sua consciencialização para a grandeza de uma Revolução que marcou, para sempre, a história de Portugal.

Na sequência destes eventos, no fim de semana de 25, 26 e 27 de abril, numa ação realizada maioritariamente pelo CIC/RP, o Parlamento abriu as suas portas aos cidadãos, para visitas livres ao Palácio de S. Bento. Este formato de visita foi pioneiro na Assembleia da República, uma vez que permitiu aos cidadãos circularem pelo Palácio, guiando-se por um folheto, distribuído à entrada, onde constava o itinerário do percurso. O facto de as visitas não serem guiadas e de os funcionários estarem colocados ao longo do percurso proporcionou ao cidadão uma partilha mais direta entre o mundo cá fora e a casa que os representa, bem como serviu para quebrar, em certa medida, o estigma pouco abonatório criado em torno da Assembleia, enquanto órgão legislador (Ver apêndice I, dia 25 e 26 de abril).

- **Jornadas Europeias do Património**

Há mais de uma década que a Assembleia da República celebra as Jornadas Europeias do Património (JEP), convidando os cidadãos a explorar e a interagir com os espaços do Palácio de S. Bento, explicando-lhes a importância dos lugares, do património artístico e arquitetónico e dando-lhes a conhecer a história, a identidade e o funcionamento do Parlamento.

²⁸ Relatório Anual de Atividades do CIC/RP, referente a 2013, p. 14.

As JEP têm tido temáticas diferentes ao longo dos anos, às quais a AR adere com programas de cariz educativo e cultural, sempre com o objetivo de estimular, de forma lúdica, a aproximação dos cidadãos ao Património e de os sensibilizar para a constante necessidade da sua preservação e estima. A estas iniciativas ainda se juntam as habituais e muito procuradas visitas livres ao Palácio de S. Bento. É de frisar que existe uma preocupação acrescida de envolver as camadas mais jovens neste tipo de eventos, através da realização de oficinas pedagógicas, de peças de teatro e de jogos tradicionais, outros.

As JEP costumam decorrer no último fim de semana de setembro e trazem ao Parlamento mais de 1000 cidadãos.



27-28 setembro

Palácio de São Bento

JORNADAS EUROPEIAS DO PATRIMÓNIO 2014
Património, sempre uma descoberta

10h-17h / ENTRADA GRATUITA

PROGRAMA

VISITAS LIVRES AO PALÁCIO DE S. BENTO 10h - 17h

Feira do Livro 10h - 17h

Oficinas de expressão artística:

UM PALÁCIO DESDOBRADO EM HISTÓRIAS 10h - 13h / 14h - 17h

CONSTRUÇÃO DE MARIONETAS 10h - 13h / 14h - 17h

Jogo de pista ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA: UM LUGAR A DESCOBRIR 10h - 17h

CONTOS NIDDO PALÁCIO, com Jorge Serafim 15h30

Atividades lúdicas:

TRAJADOS A RIGOR 10h - 17h

LUGARES COMPTINTA 10h - 17h

MEGA-PUZZLE 14h30 (mediante marcação)

Jogos tradicionais 14h30 - 17h

Pista integrada

DESCOBRIR O PATRIMÓNIO... EM SEGURANÇA 10h - 17h

Exposições

O PALÁCIO DE S. BENTO NA MALHA URBANA 10h - 17h

O MOSTEIRO DE S. MARTINHO DE TIBÃES 10h - 17h

Atuação musical do QUARTETO DE CORDAS DA BANDA DA GUARDA NACIONAL REPUBLICANA (dia 27) 15h

Atuação musical do grupo BOÊMIA (dia 28) 17h

INFORMAÇÕES

Telefone 21 391 96 25 / 21 391 90 57 / 21 391 75 77

E-mail clic_rp@ar.parlamento.pt

www.parlamento.pt

www.facebook.com/ParlamentoCultural

PROGRAMA DE PATRIMÓNIO CULTURAL
ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA

Figura 4 - Programa das Jornadas Europeias do Património 2014

- **Assistências às reuniões plenárias**

É o CIC/RP que faz a gestão dos pedidos de assistência às reuniões plenárias provenientes, essencialmente, de grupos organizados, articulando esta informação com o Serviço de Segurança da AR, que coordena o acesso dos grupos às galerias.

Em 2013, foi criado um novo espaço, junto à receção de S. Bento, onde os assistentes ou outras pessoas podem aguardar posterior encaminhamento. Até então, os cidadãos aguardavam a sua entrada ao Palácio no exterior do edifício, sujeitas a condições meteorológicas por vezes desagradáveis.

A abertura de mais este novo espaço traduz, igualmente, a preocupação em criar melhores condições de acolhimento, num edifício com mais de quatro séculos de existência, e do empenho na abertura deste órgão de soberania aos cidadãos.

- **Audiências com a Presidente da Assembleia da República e com os Deputados**

As audiências com a Presidente da Assembleia da República e com os Deputados são momentos muito valorizados pelos grupos de visitantes.

O contacto direto e presencial com os membros do Parlamento ajuda a humanizar a instituição e permite a apresentação e o debate de questões e problemas da atualidade, ou centrados nas necessidades e interesses específicos de comunidades locais, de determinados grupos de pessoas, etc. Estas iniciativas são promovidas e acompanhadas pelo CIC/RP.

- **Eventos**

O CIC/RP, em consonância com a atual política de abertura do Parlamento para com os cidadãos, tem organizado e/ou apoiado diversos tipos de eventos que têm lugar na AR,

como é o caso de exposições, conferências, atuações musicais, eventos gastronómicos, acompanhamento de filmagens para programas televisivos, séries e documentários e um vasto conjunto de outros acontecimentos de cariz social e cultural.

Estes eventos são promovidos quer pelas diferentes unidades orgânicas do Parlamento, quer por entidades externas, podendo, ainda, também resultar de parcerias entre o Parlamento e outras instituições.

Ao analisar os relatórios de atividades do CIC/RP foi possível aferir que, em 2012, a Presidente da Assembleia da República, juntamente com os Deputados e com as Comissões Parlamentares, no início da legislatura, propuseram uma “revitalização” dos corredores da AR, através da realização de colóquios, exposições, mostras regionais, exibição de filmes, eventos comemorativos e outras iniciativas.

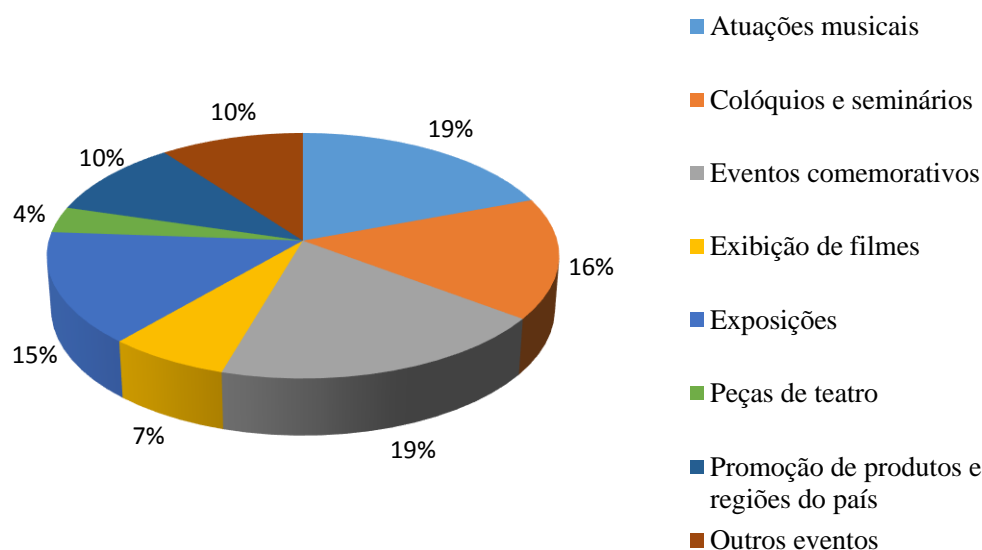


Gráfico 4 - Tipos de eventos organizados/apoiados pelo CIC/RP em 2013.

Anualmente, o CIC/RP está envolvido na organização e/ou apoio a mais de meia centena de eventos deste género (média 4-5 eventos/mês), na sua maioria abertos ao público em geral.

Apesar de todos os condicionalismos aos quais está sujeito um departamento de RP de um órgão de soberania, no que concerne à adesão a determinadas iniciativas, a

Assembleia da República tem-se mostrado bastante aberta a novas iniciativas que nem sempre são associadas, *a priori*, a este tipo de instituição. Exemplo disso são os diversos eventos que a AR promove ou se associa, tais como:

- “O Poder da Moda – contra o cancro”, desfile que resultou de um desafio lançado pela AR à indústria da moda, com a finalidade de serem criados acessórios para a cabeça especialmente concebidos para as mulheres que sofrem ou sofreram de cancro;
- Atuações de música, de grupos com diferentes estilos musicais, nos espaços mais nobres do Palácio de S. Bento;
- Peças de teatro com temáticas relacionadas direta ou indiretamente com a atividade ou história parlamentar ou, ainda, com os seus membros.

O apoio do Parlamento à sociedade civil tem levado o CIC/RP a colaborar na realização de seminários, encontros, ações de sensibilização, mostras de artesanato, vendas de Natal. Estes eventos são, regra-geral, solicitados por ONG, IPSS ou outras instituições de cariz idêntico.

1.2. Ir ao encontro dos cidadãos

- **Site da Internet**

O portal Internet do Parlamento é um dos meios que mais contribui para uma maior e melhor comunicação com os cidadãos, ao permitir estabelecer um diálogo e interação permanentes com uma audiência ampla e variada.

Neste portal da AR são disponibilizados conteúdos relativos à atividade parlamentar, alguma legislação e informação de carácter cultural, nomeadamente a visita virtual ao Parlamento, entre outros. Através deste *website* é ainda possível subscrever a *newsletter*, bem como, endereçar mensagens de *e-mail* à AR.

Este *website*, apesar de já existir anteriormente, foi renovado em 2008, com o intuito de privilegiar uma rápida disponibilização de conteúdos.



Figura 5 - Página principal do *website* do Parlamento.

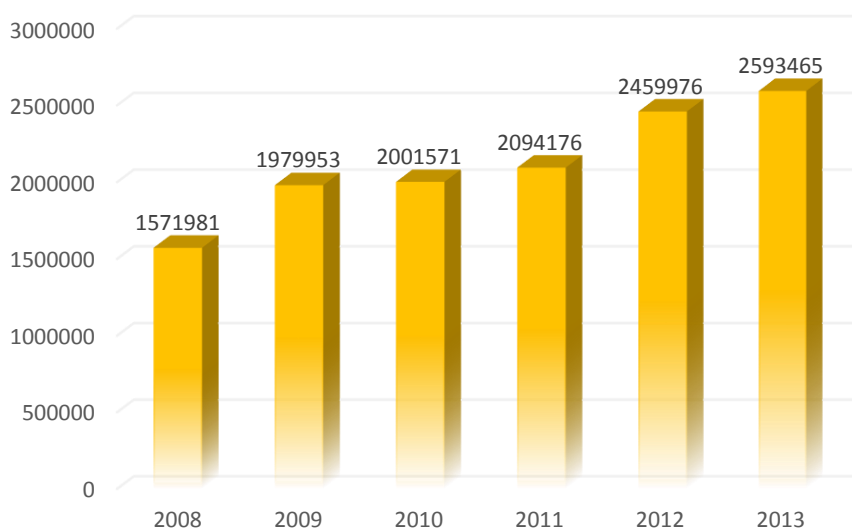


Gráfico 5 - Visitas, por ano, ao *website* do Parlamento.

Em 2010 foi lançado o separador “Espaço Jovem”, com uma página especialmente dedicada às camadas mais jovens. Este facto demonstra a preocupação da AR em fomentar questões relacionadas com a cidadania, bem como em utilizar o portal da Internet enquanto instrumento pedagógico de apoio à comunidade educativa.

- **Boletim Informativo**

O boletim informativo é uma espécie de agenda, presente no *website* do Parlamento, no qual é possível consultar a atividade diária e mensal do Parlamento. Apesar de o carregamento de conteúdos para este instrumento de comunicação ser descentralizado, o CIC/RP é responsável por uma série de secções, que do boletim fazem parte.

Pelo facto de disponibilizar informação essencial sobre as atividades do Parlamento de forma permanente e atualizada, esta agenda parlamentar continua a ser um recurso de referência e grande utilidade, em particular para os órgãos de Comunicação Social. Refira-se, porém, que o uso de uma linguagem excessivamente técnica e hermética nalgumas secções, assim como a falta de uniformização de critérios editoriais mereciam alguma ponderação, tendo em conta o tipo de suporte, a sua natureza e, acima de tudo, os leitores externos.

- **Apoio à Comunicação Social**

Um dos principais desafios do CIC/RP tem sido o de transmitir, de forma integrada, com rigor e atualidade, a atividade parlamentar e cultural da AR, como premissa de uma opinião pública informada e do reconhecimento público do trabalho parlamentar.

A assessoria aos órgãos de Comunicação Social assume-se, portanto, como uma das áreas que tem merecido maior atenção no âmbito das competências do CIC/RP, por se considerar ser prioritária enquanto estratégia comunicativa.

No contexto comunicativo parlamentar, o CIC/RP presta apoio presencial aos jornalistas durante as sessões plenárias, colocando ao seu dispor toda a informação e documentação de que possam necessitar e respondendo a dúvidas sobre o desenrolar dos trabalhos parlamentares. Este mesmo tipo de apoio é igualmente prestado durante os vários eventos promovidos na AR, através do acolhimento e do acompanhamento da Comunicação Social

Além do apoio presencial supramencionado, o CIC/RP é um dos contactos referenciais dos órgãos de Comunicação Social para pedidos de esclarecimento/informação, quer telefonicamente, quer por correio eletrónico.

O envio de *press releases* à Comunicação Social está igualmente a cargo deste serviço de RP e é um dos meios mais utilizados para potenciar a produção de notícias sobre os trabalhos e atividades deste órgão de soberania.

- ***Newsletter: ComunicAR***

No final de 2013, foi criado um novo instrumento de comunicação interna, uma *newsletter*, que divulga, de forma integrada e sintética, informações relacionadas com as atividades da AR e dos vários serviços.

Enquanto serviço com competências na área da comunicação, o CIC/RP foi indicado, como representante da Direção de Serviços de Documentação, Informação e Comunicação, para integrar o grupo de trabalho constituído para delinear as características, estrutura e base editorial deste projeto, que se veio a chamar ComunicAR (Ver Apêndice I, dia 24 de fevereiro).

Em abril de 2014, para cumprir os ideais de transparência presentes na atual Constituição da República Portuguesa, bem como, dar a conhecer aos cidadãos as atividades que tem lugar na Assembleia da República, a *newsletter* ComunicAR foi publicada, pela primeira vez, para o público externo.



Figura 6 - Edição n.º 0 da *newsletter* ComunicAR, publicada em dezembro de 2013.

No mês de abril do presente ano, com vista a informar o cidadão sobre o que acontece na AR - e cumprindo os ideais de transparência presentes na atual Constituição da República Portuguesa -, foi elaborada uma nova versão desta *newsletter* da AR, desta vez também para o público externo.

Embora já existissem diversas edições deste instrumento de comunicação, anteriores a este novo projeto, nestas eram divulgadas, maioritariamente, informações do que se tinha passado na AR, no mês anterior ao lançamento da *newsletter*. Subsistia, contudo, a necessidade de dar a conhecer aos cidadãos os acontecimentos futuros que teriam lugar na Assembleia da República. A nova *newsletter* veio, assim, alterar a comunicação entre a AR e o público, interno e externo, incentivando a sua participação e envolvendo-o, quer nas atividades desenvolvidas, quer na própria dinâmica dos trabalhos parlamentares.

- **Página do Facebook: Parlamento Cultural**

Foi com o intuito de colmatar a necessidade de dar a conhecer aos cidadãos o que acontece, a outro nível, dentro do Palácio de S. Bento, que, por determinação do gabinete da senhora Presidente da Assembleia da República, o CIC/RP criou uma página no

Facebook, denominada “Parlamento Cultural”, com o intuito de divulgar os eventos culturais que têm lugar neste espaço.



Figura 7 - Página no Facebook do Parlamento Cultural.

Transversalmente a todas as ações e competências supramencionadas, nos últimos anos, a AR tem privilegiado a divulgação das suas atividades recorrendo, preferencialmente, aos seus próprios meios de comunicação e a parcerias pontuais com várias entidades.

Tendo em conta a importância que os meios digitais têm nos dias que correm, o *website* do Parlamento, bem como a página do Facebook, assumem-se, desde logo, como um lugar prioritário para dar a conhecer aos cidadãos aquilo que se passa na casa que os representa.

O envio de *press releases* à Comunicação Social por correio eletrónico, como já foi referido, é outro dos exemplos a mencionar, por constituir uma abordagem proativa e por ser um dos meios mais utilizados para potenciar a produção de notícias sobre os trabalhos e atividades deste órgão de soberania.

O CIC/RP promove, igualmente, a publicação de anúncios na imprensa escrita, bem como a publicitação de eventos através da rádio e da televisão.

CAPITULO V

Plano de Ação Estratégica para o Centro de Acolhimento ao Cidadão e Relações Públicas

1. Metodologia

Conseguir apresentar dados que nos permitam identificar e apoiar a hipótese de que um departamento de Relações Públicas é crucial para estreitar relações entre um órgão de soberania e os cidadãos, em contexto de estágio, não seria possível sem uma atenta análise documental e uma Observação Participante.

A Observação Participante assume uma função crucial neste trabalho, por ser uma das ferramentas que rege qualquer tipo de experiência em contexto de estágio.

Destaco, ainda, a realização de uma entrevista, de carácter exploratório, no presente estudo, com o intuito de recolher informação sobre o trabalho do Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas da Assembleia da República (AR), nomeadamente na sua vertente educativa. Esta entrevista exploratória, aliada a uma análise documental e a uma revisão da literatura sobre a temática das RP, da comunicação no setor do Estado e na AR, permitiram a construção prática deste Relatório, sendo que a sua aplicabilidade é medida através das ações propostas no mesmo.

A realização do presente trabalho só foi possível ao abrigo de um protocolo realizado entre a Escola Superior de Comunicação Social e a Assembleia da República. Foi, ainda, realizado um diário de Estágio, ao longo dos três meses em que decorreu esta minha experiência (ver Apêndice I), que expõe as principais atividades e responsabilidades vividas no Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas da AR.

2. Contextualização

“Com o crescente afastamento entre eleitos e eleitores, de que o agravamento dos números da abstenção nas eleições e o aumento da cultura do antiparlamentarismo são reflexos, torna-se necessário recentrar a atenção dos parlamentos para o que verdadeiramente importa, a sua Missão: a promoção dos valores fundamentais, a democracia, os direitos humanos, o Estado de direito (...) e o aperfeiçoamento dos mecanismos comunicacionais internos e externos, aumentando a transparência, a acessibilidade e a compreensibilidade da atividade e dos processos parlamentares.”

(Silva, 2014, p. 29)

Como referi anteriormente, o serviço do CIC/RP assenta em três pilares que regem a sua atuação, sendo eles: Informar, Educar e Interagir.

Do primeiro pilar – Informar – fazem parte as iniciativas que visam promover a divulgação das atividades da Assembleia da República (AR). No segundo pilar – Educar – estão englobadas as atividades levadas a cabo pelo CIC/RP que tenham o intuito de dar a conhecer aos cidadãos a história, as competências e o funcionamento da AR. O terceiro pilar – Interagir – diz respeito ao diálogo constante e aberto que este serviço assegura aos cidadãos, tanto através do atendimento daqueles que se dirijam à AR com o intuito de obter informação sobre este órgão de soberania, como através da promoção de atividades junto dos mesmos.

Ao longo dos meses em que decorreu o meu estágio na AR, pude acompanhar diversas iniciativas norteadas pelos três pilares supramencionados, sendo que a componente educativa do CIC/RP é a que encontra uma maior expressão junto dos cidadãos, através da realização das Visitas Guiadas ao Palácio de S. Bento.

Esta função educativa e pedagógica do CIC/RP vai ao encontro das competências que devem ser assumidas pelos serviços estatais, no sentido de enriquecer os pensamentos e as perceções dos cidadãos de uma sociedade, consciencializando-os para a realidade que

os rodeia.²⁹ Neste caso, trata-se de abrir as portas do Parlamento aos cidadãos, mostrando-lhes em que condições funciona a casa que os representa e sensibilizando-os para a vida parlamentar.

Considerando que o sucesso dos serviços do Estado depende da forma como comunicam com os cidadãos e que, atualmente, em Portugal, urge criar mais oportunidades de comunicação entre estes dois pilares da sociedade, afigurou-se-me oportuno aproveitar o meu estágio na Assembleia da República e os conhecimentos adquiridos, para, usando este órgão de soberania como exemplo, demonstrar o benefício que a atividade de RP traz para uma organização deste género, nomeadamente na sua tarefa de aproximação ao cidadão.

Desde a criação do CIC/RP, em 2004, a AR tem encetado vários esforços de cariz pedagógico na sua aproximação ao cidadão, tendo em conta a necessidade de promover a “reconciliação entre os cidadãos e o Parlamento” (Freire, 213). Para tal, tem procurado criar oportunidades de, não só falar com o cidadão, mas, sim, dialogar e privilegiar a interação com os mesmos, trocando, tanto quanto possível, o discurso formal e especializado, pelo discurso informal, generalizado e acessível. Neste sentido, o CIC/RP tem tentado, ao longo dos anos, fomentar e incentivar a identificação e o sentimento de partilha dos cidadãos para com a Assembleia da República e os seus valores (Silva, 2014).

Contudo, e devido à multiplicidade de funções e de áreas de atuação do serviço de Relações Públicas da AR, que pude comprovar durante o estágio, torna-se difícil uma focalização numa área tão específica, como é a educativa. As iniciativas de cariz pedagógico desenvolvidas pelo CIC/RP, apesar de serem bastante produtivas e de obterem grande receptividade junto do público, não esgotam o desejo de este serviço poder estreitar a sua tarefa de aproximação aos cidadãos e de ir ao encontro destes.

²⁹ Consultar Capítulo III, subcapítulo 1.2.

3. Plano de Ação Estratégica

Com base na contextualização acima exposta, apresenta-se, em seguida, uma proposta de Plano de Ação Estratégica para a área educativa do CIC/RP, com o intuito de descentralizar o Parlamento. Deste modo, as iniciativas aqui presentes surgem como aliadas às que já vigoram, visando, única e exclusivamente a necessidade de este órgão de soberania se fazer chegar aos cidadãos.

3.1. Investigação

A construção de uma estratégia de Relações Públicas implica, tal como na construção de qualquer estratégia, o conhecimento da envolvente e da temática em causa. Neste sentido, procedeu-se à análise da situação atual do CIC/RP, quer a nível interno, quer a nível da sua envolvência e do contexto económico-social no qual se insere.

Esta análise foi feita com base na minha perceção durante o período de estágio, associada a uma análise documental relativa à Assembleia da República e a outros Parlamentos, a nível internacional, com os quais se pudesse estabelecer alguma relação, em termos de atividades desenvolvidas.

Para esta pesquisa foi, igualmente, realizada uma entrevista exploratória, no sentido de melhor entender a atividade desenvolvida pelo CIC/RP na AR.

3.1.1. Análise da situação atual

- **Análise Interna**

Atualmente, o CIC/RP leva a cabo as Visitas Guiadas, as Oficinas Pedagógicas e os dias de “Porta Aberta”, como forma de sensibilizar a população para o facto de a AR não ser um órgão apenas legislador, com todo o peso político que isso acarreta, mas também

como um ponto de encontro entre os cidadãos, a cultura e a política, de uma forma leve, didática e transparente. Contudo, é necessário frisar que, tanto a realização das Oficinas Pedagógicas, como dos dias de “Porta Aberta” (Ver Apêndice I, dia 25/04), extravasam as competências educativas formalmente atribuídas a este serviço de RP, mas foram criadas no sentido de abarcar, ainda que esporadicamente devido à falta de recursos humanos disponíveis, o elevado interesse dos cidadãos em conhecer a vida parlamentar e os espaços onde esta decorre.

Em 2013, e com o intuito de proporcionar uma maior abertura comunicacional e de informação entre este órgão de soberania e os cidadãos, foi inaugurado o Centro de Acolhimento ao Cidadão, um espaço interativo e de encontro entre os visitantes, também da responsabilidade do CIC/RP.³⁰

Fazem parte das competências educativas deste serviço, ainda, a organização de pedidos de reuniões com Membros do Parlamento ou com os Serviços da Assembleia da República, a gestão dos pedidos de assistência às reuniões plenárias e o desenvolvimento de uma página Internet dedicada aos mais novos – o “Espaço Jovem”.



Figura 8 - Separador "Espaço Jovem" do website do Parlamento.

³⁰ Consultar Capítulo III, subcapítulo 3.

O “Espaço Jovem” foi criado com o objetivo de disponibilizar informação sobre o Parlamento ao público mais jovem, e está presente numa secção do *website* do Parlamento. Este constitui um espaço interativo, de cariz didático, onde, através de jogos e de vídeos com linguagem pouco formal, é fornecida informação relativa ao Palácio de S. Bento, bem como ao funcionamento do Parlamento.

Outra iniciativa de cariz pedagógico levada a cabo pela AR desde 2004, em colaboração com outras entidades, é o projeto Parlamento dos Jovens. Um dos seus principais objetivos é o de promover a educação para a cidadania e o interesse dos jovens pela participação cívica e pelo debate de temas de atualidade. Este é um projeto que não se encontra inserido em nenhuma unidade orgânica da AR, sendo coordenado por uma equipa de projeto.

- **Análise Externa**

- **Nacional**

No que concerne à análise externa, é inevitável referir a atual situação macroeconómica do país. A crise económica mundial, a desintegração de um regime social e político de quase quarenta anos, as crescentes lutas de classes e a incapacidade de reconstruir o sistema económico são alguns dos fatores que convergiram com o “normal” funcionamento da economia portuguesa e, como tal, conduziram o país até à atual “crise” (Murteira, s.d.). Como consequência desta situação, são inúmeros os fatores com que as organizações se deparam: a insegurança dos mercados, os constrangimentos orçamentais ou as incertezas quanto ao futuro e quanto ao número de funcionários que integram as organizações, entre outros.

Simultaneamente, persistem ainda alguns pontos de bastante preocupação a nível económico, nomeadamente, o aumento da carga fiscal, que se opõe ao aumento da taxa de desemprego devido à falência das organizações e à condição precária dos atuais postos de serviço, ao aumento do endividamento dos portugueses, bem como à crescente necessidade de ajudas sociais.

Estes são alguns aspetos que levam a um forte descontentamento e aumentam o nível de desconfiança dos cidadãos portugueses para com o seu sistema político que, como já referi, acaba por se refletir numa conotação negativa atribuída aos órgãos legisladores, fomentando, no caso do Parlamento, a cultura do antiparlamentarismo³¹.

A nível sociocultural, é de relevar o crescente nível habilitacional dos cidadãos, fator que os torna mais capazes e interessados em entender os seus direitos e os seus deveres enquanto membros ativos de uma sociedade democrática. Há que considerar, ainda, neste aspeto, que estamos perante uma era dominada pelas tecnologias da informação, na qual os cidadãos procuram e exigem o direito à informação e à participação na vida pública.

- **Ponto de situação das ações pedagógicas das instituições políticas a nível nacional e internacional**

“Educating schools, students and teachers about Parliament.”

(Parliamentary Education Office, 2014)

- **Nacional**

A Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira (ALRAM), com o intuito de dar a conhecer aos jovens o que é e para que serve a ALRAM, leva a cabo, todos os anos e desde 2011, a iniciativa “A Assembleia vai à Escola”. Esta é uma ação dedicada aos alunos do 4.º ano do Ensino Básico, na qual, durante o ano letivo, o presidente da Assembleia Legislativa da Madeira vai ao encontro das Escolas da região para dar a conhecer a ação da Assembleia, promovendo um diálogo aberto e informal com os jovens.

³¹ Doutrina defendida pelos cidadãos que se manifestam contra o sistema parlamentar.

○ **Internacional**

As pesquisas realizadas para a elaboração desta análise englobaram a procura de parlamentos que possuíssem, à data, um serviço educativo, bem como a percepção dos moldes em que o mesmo se desenrolava.

Assim, é possível destacar o trabalho dos Parlamentos da Austrália, do Canadá, da Dinamarca, da Escócia, do Reino Unido e do País de Gales, que, por integrarem um serviço educativo, levam a cabo uma série de programas e atividades, que evidenciam a importância de informar e envolver as comunidades escolares na vida parlamentar. Estes programas são dirigidos a todos os cidadãos, principalmente aos mais jovens, e pressupõe a realização de diversas iniciativas, tais como:

- *Role-plays* pedagógicos:

Nestes *role-plays*, as crianças são convidadas a assumirem o papel dos representantes do Parlamento e a simularem uma sessão Plenária. Esta iniciativa, tanto pode ser realizada no Parlamento, com os profissionais do serviço educativo e num espaço já disponibilizado para o efeito, como nas escolas que apresentam maiores dificuldades em vir ao encontro do Parlamento. Existem, ainda, parlamentos que disponibilizam “guiões” para os professores descarregarem da Internet, a fim de realizarem o *role-play* nas suas aulas.

O objetivo desta iniciativa passa por envolver os jovens na vida parlamentar, explicando-lhes o processo eleitoral, as funções dos representantes do Parlamento, bem como os espaços onde as sessões Plenárias têm lugar.

- *Workshops*:

Os *workshops* levados a cabo pelos diferentes parlamentos, neste âmbito educativo, têm o intuito de promover a literacia política nas escolas, com atividades interativas. Para tal, os profissionais do serviço educativo vão ao encontro das escolas inspirar e envolver os estudantes em assuntos que dizem respeito à vida parlamentar.

- *Annual events:*

Estas competições surgem como forma de motivar e envolver os jovens na vida Parlamentar. Um exemplo deste tipo de eventos é o *Parliament Week*, levado a cabo todos os anos no Parlamento do Reino Unido, onde, de acordo com um tema estabelecido, as escolas são convidadas a participar, através de diversas iniciativas por eles propostas. Durante esta semana, as escolas podem inscrever-se para visitar o Parlamento, sendo que os meios de transporte para lá chegarem são por ele subsidiados, não acarretando, deste modo, qualquer custo para as escolas.

- *Outreach bus*

Neste tipo de iniciativas, os parlamentos promovem o envolvimento da população, indo ao seu encontro através de um autocarro. Este, no seu interior, possui diversa informação sobre o órgão legislador, através de diferentes formatos – cronogramas, vídeos, folhetos, espaços para a realização de debates e trocas de ideias, etc.

- Visitas guiadas ao Parlamento:

As visitas guiadas são um importante instrumento pedagógico, que tem o intuito de familiarizar os cidadãos, em geral, com a casa que os representa, convidando-os a visitar os seus espaços e a conhecer a história do local.

Vários são, também, os parlamentos que tiram partido das redes sociais como forma de estarem onde os cidadãos estão e de os envolverem na vida parlamentar. São exemplos disso a criação de canais no Youtube, como forma de divulgar vídeos explicativos, e a presença no Facebook, para partilhar com os cidadãos conteúdos relativos ao Parlamento.

É, ainda, notável o forte investimento que estes parlamentos fazem na tentativa de formar professores, para que estes possam transmitir os seus ensinamentos em contexto de aula. Para tal, são disponibilizados diversos instrumentos, tanto presencialmente como através do *website* do serviço educativo, no sentido de tornar os docentes capazes de educar os alunos sobre a vida parlamentar, de forma didática e criativa. Estes recursos passam pela disponibilização de fichas informativas, de vídeos, de guias para simular debates parlamentares, entre outros.



Figura 9 - *Homepage do website do Gabinete Educativo do Parlamento da Austrália.*



Figura 10 - *Homepage do website do Serviço Educativo do Parlamento do Reino Unido.*

3.1.2. Análise SWOT

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Realização de Visitas Guiadas; - Realização, pontual, de Oficinas Pedagógicas e de dias de “Porta Aberta”; - Organização de pedidos de reuniões com Membros do Parlamento; - Página Internet dedicada aos jovens; - Existência do Centro de Acolhimento ao Cidadão. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de Plano de Comunicação definido; - Poucos Recursos Humanos; - Escassez de verbas; - Funcionários sem formação na área da comunicação.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Emergência das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC); - Elevada procura e adesão por parte dos cidadãos, nas iniciativas pedagógicas e culturais; - Comunicação <i>face-to-face</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estigma pouco abonatório associado aos serviços da AR; - Antiparlamentarismo; - Atual crise económica.

Quadro 2 - Análise SWOT do atual “serviço educativo” do CIC/RP.

Com base nesta análise, é possível entender que a AR faz um esforço acrescido na promoção de iniciativas dentro dos espaços do Palácio de S. Bento e de acolhimento ao cidadão. Contudo, existem alguns aspetos que se assumem como oportunidades de desenvolver as competências educativas do CIC/RP, no sentido de aproximar a Assembleia da República dos cidadãos, indo ao seu encontro.

A atuação junto dos cidadãos assume-se, neste Plano, como uma forma de tornar o Parlamento mais proactivo na sua missão de estar onde as pessoas estão, conseguindo, deste modo, descentralizar um pouco a Assembleia da República, enquanto órgão de poder aparentemente inamovível.

Contudo, é necessário ter em conta a atual situação do país e entender que, assim como existem diversas forças e oportunidades a apoiar a concretização deste programa, também há aspetos que se assumem como dificuldades/limitações, nomeadamente a falta de Recursos Humanos existentes na AR para torná-lo exequível e o clima de contenção de custos em que se encontram, atualmente, as instituições públicas do país.

3.1.3. Definição da Oportunidade

Uma vez realizada a análise da situação atual do serviço de RP da AR e a respetiva análise SWOT, é possível identificar, nas poucas iniciativas que fazem chegar este órgão de soberania aos cidadãos, uma oportunidade de desenvolver a área educativa do CIC/RP e, assim, aproximar estes dois pilares da sociedade.

3.2. Planificação

Nesta segunda fase, apresentam-se os públicos para o presente Plano de Ação Estratégica, bem como são definidos os objetivos específicos de comunicação para cada público e os eixos estratégicos de atuação. Por fim, expõem-se as várias ações a desenvolver no âmbito de cada eixo estratégico, juntamente com os respetivos objetivos, descrição e públicos para os quais as mesmas se destinam.

3.2.1. Meta

A finalidade deste trabalho é traçar um Plano de Ação Estratégica que permita aumentar as oportunidades de informar e envolver os cidadãos portugueses na vida parlamentar, fazendo chegar o Parlamento aos cidadãos.

3.2.2. Públicos



Definem-se no presente Plano Estratégico de Relações Públicas, e após categorizar os cidadãos portugueses por faixas etárias, quatro públicos finais de comunicação: os alunos do Ensino Básico, os do Ensino Secundário, os alunos das Instituições de Ensino Superior e os idosos dos Lares e Centros de Dia. Os docentes do Ensino Básico e Secundário são vistos como um público intermediário.

Os alunos das Instituições de Ensino apresentam-se como um público fulcral, na medida em que é importante criar conhecimento e envolver os futuros votantes da sociedade na vida parlamentar, para que sejam cidadãos interessados e participativos na vida democrática.

“Political education needs to begin early on in people’s lives. This would help engrain politics in young people’s culture, making it seem normal to participate in political activity.”

(Hansard Society, 2011b, p. 4)

A atuação do Parlamento junto dos Lares e Centros de Dia visa o cruzamento de gerações e fomentar o Envelhecimento Ativo³², como explicitarei mais à frente.

3.2.2.1. Alunos do Ensino Básico

“A criança não é apenas um cidadão em potência, é já um cidadão que apenas não dispõe de alguns direitos políticos e jurídicos.”

(Santos, *et al.*, 2011)

Estamos perante um público-alvo dotado de um grande nível de abrangência, mas fundamental neste programa. Atualmente existem, em Portugal³³, cerca de 1.031.026³⁴ alunos matriculados nas Escolas do ensino básico e possuem idades compreendidas entre os 5 e os 15 anos. É necessário, aqui, fazer a distinção entre 1º, 2º e 3º ciclos, por se tratar de um ensino compreendido por várias faixas etárias e, cada uma delas, com perceções bem diferenciadas do mundo que os rodeia.

³² A Organização Mundial da Saúde define Envelhecimento Ativo como o processo de otimização das oportunidades para a saúde, participação e segurança, com vista a melhorar a qualidade de vida das pessoas que envelhecem.

³³ Numa primeira fase, e devido à atual contenção de custos nos serviços estatais, a atuação da AR cingir-se-á às escolas de Portugal continental. Como tal, as estatísticas aqui apresentadas não englobam as escolas dos arquipélagos da Madeira e dos Açores.

³⁴ Fonte: Direção Geral da Educação e Ciência, Disponível em www.dgeec.mec.pt [Consult. 20 de setembro 2014].

Total	1.031.026
1.º Ciclo	415.300
2.º Ciclo	237.873
3.º Ciclo	377.864

Quadro 3 - Alunos matriculados por nível de educação/ensino, em Portugal continental (2012/2013).

3.2.2.2. Alunos do Ensino Secundário

Relativamente ao ensino secundário, são cerca de 377.864³⁵ os alunos a integrar estes estabelecimentos de ensino. Trata-se de um público de grande importância na concretização deste plano, por estarmos perante a última fase de ensino obrigatório e onde, para muitos alunos, se trata da sua última experiência no mundo académico. Como tal, torna-se fundamental dotá-los de capacidades, conhecimentos e valores para que possam exercer uma cidadania participativa, reconhecendo as instituições, os problemas e as práticas da democracia, bem como ter noção das diferentes formas de participar, efetivamente, na vida política a diferentes escalas.

3.2.2.3. Ensino Básico e Secundário: Docentes

No presente Plano Estratégico os docentes das Escolas são parte integrante dos nossos públicos, na medida em que é importante fornecer aos professores as ferramentas necessárias para que possam, em sala de aula, elucidar os alunos sobre a vida parlamentar.

³⁵ Fonte: Direção Geral da Educação e Ciência, Disponível em www.dgeec.mec.pt [Consult. 20 de setembro 2014].

As últimas estatísticas a nível de educação revelam que, em Portugal continental, existem 123.173³⁶ professores a lecionar nas Escolas.

Total	123.173
1.º Ciclo	27.512
2.º Ciclo	24.703
3.º Ciclo e Secundário	70.958

Quadro 4 - Número de docentes a lecionar, por nível de educação/ensino, em Portugal continental (2012/2013).

3.2.2.4. Alunos das Instituições de Ensino Superior

Os últimos dados disponíveis (2012/2013) revelam que em Portugal continental existem 364.476³⁷ alunos inscritos no ensino superior, estando 297.455 matriculados no ensino público e 67.021 no ensino privado.

Os alunos do Ensino Superior são um público de grande importância para o presente Plano de Ação Estratégica, uma vez que, para estes, o 1.º ano de faculdade corresponde ao primeiro ano enquanto cidadãos eleitores. Como tal, torna-se importante envolvê-los na vida parlamentar e estimular o voto.

³⁶ Fonte: Direção Geral da Educação e Ciência, Disponível em www.dgeec.mec.pt [Consult. 20 de setembro 2014].

³⁷ Fonte: Direção Geral da Educação e Ciência, Disponível em www.dgeec.mec.pt [Consult. 20 de setembro 2014].

3.2.2.5. Idosos dos Lares e Centros de Dia

Na medida em que o objetivo principal deste Plano é aproximar o Parlamento dos cidadãos de diferentes faixas etárias, o envolvimento dos idosos que se encontram nos Lares e Centros de Dia, surge como uma oportunidade de fomentar e promover o Envelhecimento Ativo.

3.2.3. Objetivos específicos por público

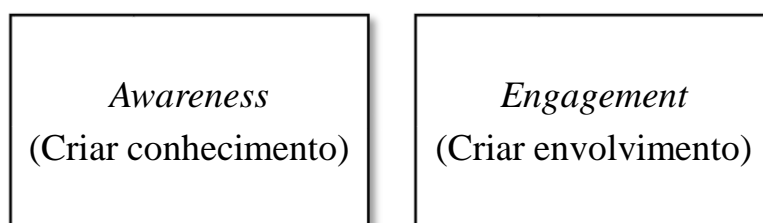
Em qualquer Plano de Comunicação é necessário definir objetivos específicos para cada público, baseados na caracterização do mesmo e no eixo estratégico sob o qual está abrangido. Estes objetivos são determinados com base no efeito que se pretende causar com as mensagens transmitidas e serão a forma de determinar o sucesso das ações desenvolvidas, após a avaliação.

Públicos	Intenção	Prazo
Alunos Ensino Básico (4.º ano e 2.º Ciclo)	Informar e estimular o interesse para as funções do Parlamento.	No prazo de 1 ano
Alunos Ensino Básico (3.º Ciclo)	Informar sobre o Parlamento e envolver na vida Parlamentar.	No prazo de 1 ano
Alunos Ensino Secundário	Informar sobre o Parlamento e	No prazo de 1 ano

	envolver na vida Parlamentar.	
Docentes Ensino Básico e Secundário	Motivar para que envolvam os alunos na vida parlamentar.	No prazo de 1 ano
Instituições de Ensino Superior (1.º ano)	Envolver na vida parlamentar e estimular para a importância de exercerem o seu direito de voto.	No prazo de 1 ano
Idosos dos Lares e Centros de Dia	Envolver na vida parlamentar e promover o Envelhecimento Ativo.	No prazo de 1 ano

Quadro 5 – Objetivos específicos por público

3.2.4. Eixos Estratégicos



Face à análise da situação atual efetuada anteriormente, e tendo em conta os objetivos gerais aos quais o presente Plano se propõe, foram definidos dois eixos estratégicos, que

nortearão as ações do mesmo: “*Awareness – Criar conhecimento*” e “*Engagement – Criar envolvimento*”.

- ***Awareness - Criar conhecimento***

“The more knowledgeable the public are about an institution, an individual or an issue, the more likely they are to view it favourably.”

(Hansard Society, 2011a, p. 64)

Um dos aspetos que se assumem como uma barreira ao envolvimento dos cidadãos na vida política/parlamentar e à sua participação ativa na sociedade é, precisamente, a falta de conhecimento sobre os órgãos legisladores do país. Ao criar conhecimento, estamos a aumentar a probabilidade de os cidadãos se interessarem por estas temáticas e encorajar a que assumam um papel ativo na sociedade.

Com este eixo, pretende-se promover ações que visem aumentar o conhecimento, o interesse e a consciencialização dos cidadãos sobre o Parlamento - o que faz, como trabalha e por quem é constituído -, de forma a tornar clara a atividade deste órgão de soberania e mostrar aos mesmos em que medida a sua atuação pode ter influência no dia-a-dia de cada um.

- ***Engagement – Criar envolvimento***

“In the future parliament engagement is not an after-thought, it is engrained as a core-principle in everything that is done.”

(Hansard Society, 2011b, p. iii)

O eixo “*Engagement - Criar envolvimento*” advém da necessidade de aproximar a AR dos cidadãos e de os envolver na vida parlamentar. Este surge como uma concretização da resposta positiva dos públicos ao eixo “*Awareness – Criar conhecimento*”.

Esta linha de ação pode ser concretizada através da promoção de uma comunicação *face-to-face* – estar onde as pessoas estão – e de um melhor aproveitamento das TIC, nomeadamente através da presença nas redes sociais, como forma de diminuir o distanciamento entre a AR e os cidadãos.

Ao concretizar favoravelmente os dois eixos estratégicos acima descritos, será possível posicionar o Parlamento como um órgão de soberania aberto e preocupado em estabelecer relações de proximidade com os cidadãos, ao mesmo tempo que os mesmos conduzem a uma participação mais ativa na sociedade.

3.2.5. Ações

O presente Plano de Ação Estratégica para o Centro de Acolhimento ao Cidadão e Relações Públicas da Assembleia da República está, como referi, estruturado em torno de dois grandes eixos definidos como “*Awareness* – Criar conhecimento” e “*Engagement* - Criar envolvimento” que, por sua vez, dão origem a diversas iniciativas, dirigidas aos públicos mencionados anteriormente.

- **Resumo da Planificação do Plano de Ação Estratégica**

	O que se faz atualmente na AR?	O que é que se propõe?
Iniciativas pedagógicas dentro do Parlamento	<ul style="list-style-type: none"> - Realização de Visitas Guiadas ao Palácio de S. Bento; - Realização, em eventos comemorativos, de “Dias de Porta Aberta” e de Oficinas Pedagógicas; 	

	<ul style="list-style-type: none"> -Organização de Reuniões com membros do Parlamento; - Gestão das Assistências às Sessões Plenárias. 	
<p>Iniciativas pedagógicas fora do Parlamento</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Monitorização de uma página Internet dedicada aos mais novos; - Apoio ao programa Parlamento dos Jovens. 	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas às escolas com sessões explicativas/<i>workshops</i> e simulação debates Parlamentares, para fomentar a literacia política e a comunicação <i>face-to-face</i>; - Programa para o ensino superior, com o intuito de incentivar a participação na vida política/parlamentar e estimular o voto; - Programa para envolver os idosos na vida parlamentar e fomentar o Envelhecimento Ativo; - Tirar partido das TIC, através da criação de um canal no Youtube, para a divulgação de vídeos explicativos e o <i>Website</i> do Parlamento para disponibilizar instrumentos de ensino para docentes.

Quadro 6 - Resumo da Planificação do Plano de Ação Estratégica.

- Programa “O Parlamento vai à Escola”³⁸

- *Workshops*

Públicos:	Alunos e docentes do Ensino Básico (do 1.º e 2.º Ciclos, inclusive)
Eixo Estratégico:	“Criar conhecimento” e “Criar envolvimento”
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • Envolver as crianças e os jovens na história da Assembleia da República; • Informar sobre as competências e o funcionamento da AR; • Fomentar a aproximação entre a AR e os jovens, através da comunicação <i>face-to-face</i>; • Usar métodos interativos e de experimentação.
Descrição:	<p>Esta iniciativa assenta na realização de <i>workshops</i>, com atividades relacionadas com a democracia e o Parlamento. Possuem um carácter mais lúdico e interativo, na tentativa de despertar o interesse dos visitantes mais jovens.</p> <p>Por se enquadrarem no programa “Parlamento vai à Escola”, esta ação é realizada nas Instituições de Ensino abrangidas pelo mesmo, sendo que é dada prioridade às escolas que não têm possibilidade de se deslocar até às instalações da AR.</p> <p>Os docentes são, igualmente, convidados a participar e a estimular o conhecimento dos seus alunos, pelo que desempenham um papel fundamental nesta atividade.</p>

³⁸ Esta iniciativa encontra na falta de orçamento uma limitação óbvia à sua concretização.

Timing:	Durante o ano letivo.
Divulgação:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> do Parlamento; • Página no Facebook do “Parlamento Cultural”; • <i>E-mail</i> para as Instituições de Ensino; • <i>Newsletter</i> “ComunicAR”.
Avaliação:	<ul style="list-style-type: none"> • Através do número de alunos abrangidos pela iniciativa; • Através do número de <i>workshops</i> realizados.

Quadro 7 - Programa “O Parlamento vai à Escola”: *Workshops*

○ **Role-Play – Simulação de debate parlamentar**

Público:	Alunos do Ensino Básico (a partir do 2.º Ciclo e Secundário) e alunos do Ensino Secundário.
Eixo Estratégico:	“Criar conhecimento” e “Criar envolvimento”
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • Tornar a atuação da AR, junto do público escolar, mais proativa. • Explicar aos alunos o funcionamento da AR, bem como o processo legislativo; • Fomentar o debate e o pensamento crítico;
Descrição:	Nesta ação pretende-se levar o Parlamento até às Instituições de Ensino, dando prioridade às que não têm possibilidade de se deslocar até aos espaços da AR.

	<p>Neste sentido, um conjunto de profissionais deslocar-se-ia até às Escolas, nas quais passaria um dia a ensinar o processo Parlamentar, tanto aos alunos, como aos professores. A parte da manhã seria dedicada a questões mais teóricas, nomeadamente, o que é o Parlamento, quem o constitui, etc. A parte da tarde teria uma componente mais prática, na qual se faria com os alunos um <i>role-play</i> de uma sessão Plenária, com votação de uma iniciativa legislativa.</p> <p>Exemplo do <i>role-play</i> da sessão Plenária:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.º - Estipular uma iniciativa legislativa (por ex.: “Projeto de lei contra os trabalhos de casa”); 2.º - Definir grupos/ partidos (grupo contra, grupo a favor, independentes e respetivos representantes), Presidente, Secretários da Mesa, etc.; 3.º - Apresentação da iniciativa legislativa; 4.º - Discussão entre os grupos/partidos; 5.º - Votação; 6.º - Explicação do processo legislativo que se segue. <p>Previamente ao dia da visita feita pelos profissionais da AR às Escolas, será fornecido, aos professores, o planeamento da atividade, para que possam distribuir os diferentes “papeis” pelos alunos, na atividade de <i>role-play</i>, a fim de evitar desperdiçar tempo no próprio dia em que a iniciativa decorre.</p>
Timing:	Um ano letivo, todas as segundas-feiras.
Divulgação:	<ul style="list-style-type: none"> • Website do Parlamento; • Newsletter “ComunicAR”; • E-mail para as Escolas do país

	<ul style="list-style-type: none"> • Página do Facebook do “Parlamento Cultural”.
Avaliação:	<ul style="list-style-type: none"> • Através do número de alunos abrangidos pela iniciativa; • Através do número de iniciativas realizadas.

Quadro 8 - Programa “O Parlamento vai à Escola”: *Role-Play* – Simulação de debate parlamentar.

- Programa “Somos todos o Parlamento”

Públicos:	Alunos do 1.º ano das Instituições de Ensino Superior
Eixo Estratégico:	“Criar conhecimento” e “Criar envolvimento”
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • Envolver os alunos das universidades na vida parlamentar; • Explicar os seus direitos face ao poder político; • Estimular para a importância de exercerem o seu direito de voto.
Descrição:	<p>Acredito que a grande maioria dos jovens maiores de 18 anos não tem conhecimento dos seus direitos face ao poder político e, como tal, esta ação avança no sentido de clarificar a atuação do Parlamento e de mostrar aos jovens quais são os instrumentos de participação política ao seu dispor, nomeadamente o direito de petição na AR, o direito ao voto, o direito de reclamarem ou apresentarem queixa, de forma universal e gratuita (Art.º 52.º da CRP)</p> <p>Neste sentido, esta iniciativa pressupõe uma parceria entre o CIC/RP e a Comissão Nacional de Eleições, na qual, em conjunto, membros destes dois serviços deslocar-se-iam às universidades – primeiramente às do distrito de Lisboa, a título experimental – para elucidar os jovens sobre as temáticas acima explicitadas.</p>
Timing:	Durante o ano letivo.
Divulgação:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> do Parlamento; • <i>Newsletter</i> “ComunicAR”;

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>E-mail</i> para as Instituições de Ensino Superior do país; • Página do Facebook do Parlamento Cultural.
Avaliação:	<ul style="list-style-type: none"> • Através do número de Instituições de Ensino abrangidas pelo Programa.

Quadro 9 – Programa “Somos todos o Parlamento”.

- Programa “Memórias de um Parlamento”

Públicos:	Alunos do Ensino Secundário e Idosos dos Lares e Centros de Dia.
Eixo Estratégico:	“Criar conhecimento” e “Criar envolvimento”
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • Informar e envolver os jovens na vida parlamentar; • Promover a partilha de experiências e o cruzamento de gerações.
Descrição:	A presente ação visa, em parceria com as diversas Juntas de Freguesia, envolver os idosos na educação dos jovens. Neste sentido, os idosos inscritos nos Centros de Dia seriam convidados a ir às escolas da sua região, às turmas do ensino secundário, falar sobre política e sobre as suas memórias de sistemas políticos passados. Deste modo, proporcionar-se-ia um ambiente de troca de ideias e de experiências, ao mesmo tempo que se promoveria o diálogo entre estas gerações.
Timing:	Durante 1 ano letivo.
Divulgação:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> do Parlamento; • Página do Facebook do Parlamento Cultural; • <i>E-mail</i> para as Escolas com ensino secundário do país.
Avaliação:	Através do número de Escolas envolvidas na iniciativa; Através do número de jovens e idosos englobados.

Quadro 10 - Programa “Memórias de um Parlamento”.

- **Utilização das Tecnologias da Informação e da Comunicação**

Os meios de comunicação digital são tidos como um importante ponto de contacto *online* com os cidadãos e como uma forma de providenciar informação sobre o Parlamento, através de diferentes formatos.

- **Programa “(In)formar Escolas”**

Públicos:	Alunos e docentes do Ensino Básico e Secundário; Cidadãos, em geral.
Eixo Estratégico	“Criar conhecimento”
Objetivos gerais:	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar aos docentes e aos alunos um conhecimento mais aprofundado sobre as competências e o funcionamento do órgão de soberania ali instalado; • Incentivar a literacia política nas Escolas; • Aumentar o número de registos no <i>website</i> do Parlamento dedicado aos jovens – “Espaço Jovem”
Descrição:	<p>Como referi anteriormente, no <i>website</i> do Parlamento existe um separador dedicado aos jovens, denominado “Espaço Jovem”, com informação relativa ao Palácio de S. Bento, bem como ao funcionamento do Parlamento, disponibilizada através de vídeos, jogos, entre outros. Tendo em conta a natureza da presente ação, sugere-se que o nome deste espaço pedagógico seja alterado para “Espaço Educativo”.</p> <p>Com esta iniciativa pretende-se “formar formadores”, ou seja, disponibilizar aos docentes informação suficiente para</p>

	<p>que possam dar a conhecer o Parlamento em contexto de aula.</p> <p>Para tal, serão colocados no separador “Espaço Educativo”, do <i>website</i> do Parlamento, ficheiros com informação relativa ao funcionamento da AR, de modo a fomentar o ensino do Parlamento e a auxiliar os docentes a preparar as suas aulas relativas a esta temática. Estes documentos, disponíveis para descarregamento, especificariam o tema que abordam e o grau de ensino a que se destinam – consoante o tema e o tipo de linguagem utilizada. Exemplos de temas: importância do Parlamento; organização do Parlamento; quem faz o quê no Parlamento; como se faz uma lei; etc.</p> <p>No final de cada documento existiriam uma série de questões para colocar aos alunos, consoante o tema da aula, com as respetivas respostas.</p> <p>Nesta iniciativa, os docentes seriam os intermediários para fazer chegar o Parlamento até aos cidadãos, neste caso, os jovens.</p>
Timing:	Durante todo o ano.
Divulgação:	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> do Parlamento; • <i>Newsletter</i> “ComunicAR”; • Facebook do “Parlamento Cultural”; • <i>E-mail</i> para as Escolas do país.
Avaliação:	<ul style="list-style-type: none"> • Através do número de registos no separador “Espaço Educativo” do <i>website</i> do Parlamento; • Através do número de descarregamentos dos conteúdos disponíveis.

Quadro 11 - Programa “(In)Formar Escolas”.

○ **Canal no Youtube**

Público:	Cidadãos, em geral.
Eixo Estratégico	“Criar conhecimento”
Objetivos gerais:	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilizar aos cidadãos mais informação sobre a AR; • Incentivar a literacia política; • Estar onde as pessoas estão.
Descrição:	<p>A criação de um canal no Youtube visaria a partilha de vídeos com conteúdos informativos, de modo a que os cidadãos conseguissem, de forma clara e concisa, entender o papel do Parlamento na sociedade e quais os instrumentos de participação da sociedade democrática.</p> <p>Estes vídeos poderiam ser partilhados no Facebook do Parlamento Cultural, como forma de terem maior visibilidade e promoverem uma maior partilha entre a AR e os cidadãos.</p> <p>São já vários os parlamentos que recorrem a esta rede social para divulgar informação.</p>
Timing:	Durante todo o ano.
Divulgação:	<ul style="list-style-type: none"> • Página do Facebook do “Parlamento Cultural”.
Avaliação:	<ul style="list-style-type: none"> • Através do número de visualizações e partilhas.

Quadro 12 – Criação de canal no Youtube.

3.2.6. Calendarização do Projeto

Ação	2015				2016							
	Mês											
	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
Programa “O Parlamento vai à Escola”												
Programa “Somos todos o Parlamento”												
Programa “Memórias de um Parlamento”												
Programa “(In)Formar o Parlamento”												
Criação de canal no Youtube												

Quadro 13 – Calendarização do Plano de Ação Estratégica.

O presente Plano de Ação Estratégica é apresentado com uma planificação para um ano, correspondente à duração da sessão legislativa e ao ano letivo, que se pretende extensível aos anos que se seguem. Esta extensão pressupõe uma monitorização, avaliação e readaptação contínuas, de modo a que seja possível colmatar eventuais falhas e, assim, alcançar os objetivos propostos.

Conclusão

O presente Relatório de Estágio centrou-se na apresentação da atividade de Relações Públicas (RP), enquanto função estratégica capaz de criar novos caminhos de diálogo entre um órgão de soberania e os cidadãos.

Com uma inerente componente estratégica, as Relações Públicas ocupam um importante papel na sociedade, na medida em que, através da fomentação de relações baseadas num entendimento mútuo entre os diversos grupos que a compõe, auxiliam nos processos de tomada de decisão, tornando-os mais eficazes. Neste sentido, no seio das organizações, as interações em RP surgem de processos de negociação e cooperação entre as organizações e os seus públicos, com vista à criação de uma zona de *win-win*, na qual é possível encontrar resultados benéficos para todas as partes envolvidas nas decisões estratégicas.

No que concerne à prática da atividade de RP no setor público, esta remonta à década de 40 e desde então sofreu diversas alterações, em boa parte devido à mudança de valores e de comportamento da sociedade. Tendo em conta os modelos de Grunig e Hunt (1984), as iniciativas levadas a cabo pelos profissionais de RP deste setor baseavam-se numa comunicação unidirecional que visava, única e exclusivamente, manter os seus públicos informados. Contudo, e devido ao aumento do nível habilitacional dos cidadãos e com o seu crescente empenho nos processos de tomada de decisão nas organizações públicas, surgiu a necessidade de reajustar a prática desta atividade, de forma a diminuir o distanciamento entre as mesmas e os seus públicos, a aumentar a confiança e a fomentar o diálogo aberto.

Relativamente à atuação das RP nos órgãos de soberania, esta deve ser entendida como um meio para promover a cooperação entre sujeitos e diminuir a desconfiança que os mesmos tendem a nutrir por este tipo de instituições. Estes objetivos são alcançáveis através de diversas técnicas de comunicação direta ou indireta.

No caso particular do Parlamento português, o atual afastamento entre eleitos e eleitores tem feito emergir a temática da comunicação como forma de promover a reconciliação

entre esta instituição e aqueles que são os “primeiros clientes da atividade dos serviços parlamentares” - os cidadãos (Silva, 2014, p. 30). Esta conceitualização veio alterar o anterior paradigma que assumia os Deputados como últimos destinatários da atividade parlamentar.

Neste sentido, desde 2004, a Assembleia da República tem revelado uma preocupação acrescida na criação de momentos que proporcionem uma comunicação aberta e bidirecional com os cidadãos, em detrimento da unidirecional, onde se fomenta, apenas, a divulgação de informação, não tendo em conta qualquer retorno por parte do recetor. Como resultado desta necessidade, surgiu o Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas (CIC/RP), local onde decorreu o estágio que serviu de suporte à realização do presente Relatório.

A atuação do CIC/RP tem-se focado na criação de canais de comunicação que permitam fazer a ponte entre a AR e os cidadãos. São várias as iniciativas que, desde a sua criação, em 2004, este serviço tem levado a cabo com o intuito de informar, educar e interagir com os cidadãos, recebendo-os no Palácio de S. Bento e informando-os sobre as funções deste órgão de soberania, o seu enquadramento no sistema de governação, bem como a sua história. Estes objetivos são concretizados através da realização de visitas guiadas e não guiadas ao Parlamento, da planificação de diversos eventos culturais e sociais abertos ao público, da organização de audiências com os Deputados ou com a Presidente da AR, da disponibilização de informação *online* e através dos meios de Comunicação Social, entre outros já referidos neste trabalho.

Passados dez anos da criação deste serviço de RP da AR e refletindo sobre a sua atuação, com base no estágio aí realizado e que serviu de suporte à realização deste trabalho, creio que, apesar do esforço em renovar as iniciativas comunicacionais deste órgão de poder, é necessário inovar e abarcar os novos interesses e as exigências da comunidade atual – uma comunidade onde impera a desconfiança face aos órgãos legisladores.

Neste sentido, esta progressão passa pela produção e disponibilização de mais informação de qualidade sobre o Parlamento, simples e organizada na perspetiva dos cidadãos, bem como pela utilização da comunicação de forma proativa.

Com base nestes pressupostos, o presente trabalho propõe um investimento na área educativa da Assembleia da República, como forma de reforçar a posição deste órgão de soberania, que se assume transparente e disponível para o diálogo com a comunidade.

Para tal, foi delineada uma estratégia com o intuito de aumentar o conhecimento dos cidadãos sobre a vida parlamentar e de mostrar em que medida a sua participação ativa na sociedade lhes pode ser benéfica. Esta consciencialização amplia a probabilidade de as pessoas se sentirem confiantes para expressar o seu ponto de vista e terem um pensamento crítico perante a realidade política e parlamentar do país. Por outro lado, acredito que este esforço de consciencialização não se pode cingir, apenas, à Assembleia da República. Todo esse trabalho pode ser complementado – ou até mesmo implementado – nas Instituições de Ensino.

Neste sentido, as Instituições de Ensino, bem como a *Web 2.0* são assumidas como espaços onde os membros da comunidade estão dispostos a assimilar conhecimento e que, como tal, devem ser explorados com o intuito de, primeiramente, aumentar o conhecimento, o interesse e a consciencialização dos mesmos sobre o Parlamento e, posteriormente, de os envolver na vida parlamentar, aumentando a interatividade e a comunicação *face-to-face*.

A promoção de ações interativas junto dos cidadãos, principalmente nas Instituições de Ensino - onde se encontram os futuros votantes da nossa sociedade e se podem cruzar gerações -, a procura do seu *feedback* e a presença nas plataformas digitais que os mesmos utilizam afirmam-se, neste Plano de Ação Estratégica, como formas de estimular o envolvimento na vida parlamentar e de tornar mais apelativa a participação ativa. A par disto, este tipo de iniciativas estreitam e corporizam a relação entre o Parlamento e os membros da comunidade.

Com a atual emergência das Tecnologias da Informação e da Comunicação, afigura-se-me igualmente relevante para a Assembleia da República esmiuçar novas formas de ir ao encontro dos cidadãos. Atualmente os *websites* das organizações já são tidos como instrumentos de comunicação unidirecional, pelo que se torna importante procurar outros espaços de partilha de informação, nomeadamente através do Youtube, do Facebook, do Twitter, etc.

Contudo, um Plano de Ação Estratégica que defende e incentiva a “mobilidade” do Parlamento tem de ter em conta os custos inerentes a iniciativas deste género. É neste ponto que reside uma das limitações à prossecução deste plano. Refira-se, por exemplo,

que alguns dos parlamentos mencionados anteriormente na Análise Internacional³⁹ possuem serviços educativos que funcionam em *Outsourcing*, acarretando, por isso, custos bastante elevados. Por outro lado, a falta de dados concretos relativos ao nível de literacia política das várias camadas da sociedade, também se impõe como uma limitação ao aprofundamento deste estudo, que poderia ser mais focalizado nas reais necessidades dos públicos de um órgão de soberania.

Em meu entender, existe espaço para a realização de futuras investigações neste âmbito, nomeadamente, através da realização de um estudo mais exaustivo sobre o nível de literacia política e de envolvimento dos cidadãos na vida parlamentar, por faixas etárias, a fim de se aferir quais os grupos mais “distanciados” dessa realidade, a perceção efetiva das suas necessidades e levar o Parlamento a agir em conformidade.

Futuramente, parece-me claro que urge criar novas formas de informar os cidadãos e de os envolver nas atividades do Parlamento e na vida política. Não se trata de substituir o que já é feito atualmente, mas sim de melhorar e fazer novos investimentos exteriores ao Palácio de S. Bento, tendo sempre a noção de que, na base de uma sociedade interessada e participativa, está uma sociedade bem informada.

³⁹ Consultar Capítulo V, subcapítulo 3.1.1.

Bibliografia

Nota: Quando são indicadas duas datas, a primeira refere-se à data de publicação original e a segunda à da edição ou tradução utilizada.

- Afonso, S. (2003). *Os Espaços do Parlamento: Da Livraria das Necessidades ao Andar Nobre do Palácio das Cortes, 1821-1903*. Lisboa: Assembleia da República.
- Alçada, I., Magalhães, A. (2006). *A Longa História do Poder*. 2ª Ed. Lisboa: Assembleia da República.
- Andrade, C. T. (1979). Fundamentos de Relações Públicas Governamentais. *Revista Comunicação e Sociedade*. Instituto Metodista de Ensino Superior, Editora Cortez e Morato, vol. 1, n.º 2.
- Araújo, J. (2002). *Os dirigentes na relação entre a administração e os cidadãos*. Lisboa. Disponível em <http://hdl.handle.net/1822/3347>
- Avery, G., Bedrosian, J., Brucci, S., Dennis, L., Keane, J., Koch, G. (1995). *Public affairs in the public sector*. In L.B. Dennis (Ed.), *Practical public affairs in an era of change: A communications guide for business, government, and college*. New York: Public Relations Society of America and University Press of America, Inc. p. 157-177.
- Cabral, M. V. (2000). O exercício da cidadania política em Portugal. *Análise Social*, n.ºs 154-155, p. 85-113
- Cândido, M. (2009). *Relações Públicas no Sector Autárquico: Projecto de geminação autárquica enquanto Diplomacia Pública*. Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa.
- Carvalho, R. A. (2002). *A Assembleia Nacional no Pós-Guerra (1945-1949)*. Lisboa: Assembleia da República.
- Chambel, M.; Curral, L. (2008). *Psicologia organizacional: Da estrutura à cultura*. Lisboa: Livros Horizonte.

- Cutlip, S.; Center, A.; Broom, G. (1985, 2006). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Dias, M. (2013). *O Parlamento*. 4ª Ed. Lisboa: Assembleia da República.
- Eiró-Gomes, M. (2006). *Relações Públicas ou a Comunicação como ação*. Lição para o concurso de Professora Coordenadora, apresentado em Lisboa a 28 de Junho de 2006.
- Eiró-Gomes, M. e Duarte, J. (2011). *Que públicos para as Relações Públicas?*. Atas do III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO. Vol. 2, p. 453-461
- Eiró-Gomes, M.; Nunes, T. (2013). *Relações Públicas/Comunicação Institucional/Comunicação Corporativa: três designações para uma mesma realidade?*. 8º SOPCOM Comunicação Global, Cultura e Tecnologia.
- Fontes, J. (2013). *Nótulas sobre os órgãos de soberania*. Proelium VII (5). Lisboa; Universidade Aberta, p. 93-102
- França, J. A. (1999). *O Palácio de São Bento*. Lisboa: Assembleia da República.
- Freitas, M. (1991). *Cultura Organizacional: formação, tipologias e impacto*. São Paulo.
- Gawthrop, L. (1998). *The Human Side of Public Administration*. In *Political Science & Politics*, p. 763–769.
- Garnett, J. (1992). *Communicating for Results in Government: A Strategic Approach for Public Managers*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Garnett, J.; Pandey S. (2006). *Exploring Public Sector Communication Performance: Testing a Model and Drawing Implications*. In *Public Administration Review*. Rutgers University, p. 37-51
- Gomes, D. (2000). *Cultura Organizacional – Comunicação e Identidade*. Coimbra: Quarteto Editora.
- Gomes, J. S. (2003). *A avaliação de políticas públicas e a governabilidade*. In Mozzicafreddo, J.; Gomes, J. e Batista, J. (coord.) *Ética e Administração: Como modernizar os serviços públicos*. Oeiras: Celta Editora.
- Grunig, J. (2001). *The Role of Public Relations in Management and Its Contribution to Organizational and Societal Effectiveness*. Speech delivered in Taipei. Taiwan. Consultado a 17 de outubro de 2014. Disponível em http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2001_PRManagement.pdf

- Grunig, J. E.; Grunig, L. A.; Dozier, D., (1992) *Models of public relations and communication*. In J. E. Grunig (Ed.) *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, p. 285-326.
- Grunig, L.; Grunig, J.; Dozier, D. (2009) *Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hofstede, G. (1991) *Cultures and organizations: software of the mind*. New York: McGraw-Hill.
- Lee, M. (1999). *Reporters and bureaucrats: Public relations counter-strategies by public administrators in an era of media disinterest in government*. *Public Relations Review*, p. 451-463.
- Lee, M. (Ed.). (2008). *Government Public Relations - A Reader*. New York: CRC Press.
- Lee, M., Neeley, G., Kendra, S. (Eds.). (2012). *The practice of government public relations*. New York: CRC Press
- Lesly, P. (1997). *Lesly's Handbook of Public Relations and Communication*. Chicago: Contemporary Books.
- Liu, B., Horsley, J. (2007). The government communication decision wheel: Toward a public relations model for the public sector. *Journal of Public Relations Research*. Vol. 19, p. 377-393.
- Lourenço, S. e Eiró-Gomes (2009). *O papel e a responsabilidade das Relações Públicas na sustentabilidade de um mundo global*. VI SOPCOM, VIII LUSOCOM e IV IBÉRICO, p. 1488-1499. Disponível em <http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/lusocom/8lusocom09/paper/viewFile/154/132>
- Martins, A. M. (1986). A Administração face ao Público - Uma abordagem genérica na perspectiva organizacional. *Revista da Administração Pública*, p. 355-366.
- Moreira, O. M. (2011). *Modelo de Diagnóstico da Comunicação Interna nos organismos da Administração Pública Portuguesa*. Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa.

- Murteira, M. (s.d.). A situação económica em Portugal: origens e perspectivas. *Análise Social*, p. 279-287. Disponível em <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223914032X9sPV3gz1Km26TT0.pdf>
- Neves, J. G. (2000). *Clima Organizacional, Cultura Organizacional e Gestão de Recursos Humanos*. Lisboa: Editora RH.
- Pais, J. M. (2005). Jovens e cidadania. *Sociologia, Problemas e Práticas*. Lisboa. N.º 49, p. 53-70.
- Pires, J., Macedo, K. (2006). Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. *Revista Brasileira de Administração Pública*, v. 40, n. 1, p. 81-104.
- Raposo, A. L. (2009). *Teoria dos jogos: um instrumento para a tomada de decisão em Relações Públicas*. Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa.
- Redford, E. S. (1969). *Democracy in the administrative state*. New York: Oxford University Press.
- Reis, J. (2000). *Cidadania na Escola; Desafio Compromisso*. Inforgeo, 15. Lisboa: Edições Colibri, p. 105-116
- Rio, O. (2011). *Ética e exercício de cidadania: O papel da administração pública*. INA, 8.º Congresso Nacional da Administração Pública, p. 168-188.
- Rodrigues, P., Eiró-Gomes, M. (2009). *A Institucionalização das Relações Públicas na Comunicação das Marcas de Luxo*. Paper submetido no 6º SOPCOM – Sociedade dos Media: Comunicação, Política e Tecnologia, p. 4182 – 4198
- Santos, M. E (Coord), Marques, A., Cibele, C., Matos, F., Menezes, I., Nunes, L., Paulos, P., Nobre, P., Fonseca, T. (2011). *Educação Para a Cidadania – Proposta Curricular para os Ensinos Básico e Secundário*. Direção Geral da Educação. Disponível em <http://www.dgidec.min-edu.pt/index.php?s=noticias¬icia=132>
- Santos, M. J., Silva, V. P., Silva, T. (2011). *O Parlamento de Portugal*. 4ª Ed. Lisboa: Assembleia da República.
- Schein, E. H. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. 3.ª Ed. San Francisco: Jossey-Bass.
- Silva, T. P. (Coord.) (2009). *Sala Dona Maria II*. Lisboa: Assembleia da República.
- Silva, T. P. (Coord.) (2009). *Sala do Senado*. Lisboa: Assembleia da República.

- Silva, V. P. (2014). ComunicAR (n)o Parlamento. *Parlamentos de Língua Portuguesa – Revista da Associação dos Secretários-Gerais dos Parlamentos de Língua Portuguesa*, p. 29-33.
- Steyn, B., Puth, G. (2000; 2003) *Corporate Communication Strategy*. Heinemann
- Tench, R., Yeowans, L. (2006) *Exploring Public Relations*. London: FT Prentice Hall.
- Vargas, A., Valente, P. (Coord.) (2008) *O Parlamento na Prática*. Lisboa: Assembleia da República.
- White, J., Mazur, L. (1996). *Strategic Communications Management: Making public relations work*. Harlow: Addison-Wesley.
- Zémor, P. (1995). *La Communication Publique. Que sais-je?*. Paris.
- Zorn, T., Page, D., Cheney, G. (2000). *Nuts about Change: Multiple Perspectives on Change-Oriented Communication in a Public Sector Organization*. *Management Communication Quarterly*. Vol. 13. N.º. 4, p. 515-566.

Outras Referências

- Euróbarómetro (2013). *Public Opinion in the European Union*. Consultado a 20 de agosto de 2014, em http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb79/eb79_first_en.pdf
- Gama, J. (2007). In “3D – Coleção Berardo na Assembleia da República”, Catálogo de Exposição. Lisboa: Assembleia da República/ Fundação Berardo.
- Global Alliance for Public Relations and Communication Management (2010) *The Stockholm Accords*. Consultado a 5 de fevereiro de 2014, em www.globalalliancepr.org
- Hansard Society (2011a). *Connecting Citizens To Parliament: How Parliament can engage more effectively with hard to reach groups*. Consultado a 23 de outubro de 2014, em <http://www.hansardsociety.org.uk/wp-content/uploads/2012/10/Connecting-Citizens-To-Parliament-2011.pdf>
- Hansard Society (2011b). *Parliament 2020: Visioning The Future Parliament - International Comparison: Australia, Canada, Chile and the United Kingdom*.

Consultado a 23 de outubro de 2014, em <http://www.hansardsociety.org.uk/wp-content/uploads/2012/10/Parliament-2020-Visioning-the-future-Parliament-International-Comparisons-2011.pdf>

- Parliament House of Commons: Administration Committee (s.d.). *Improving facilities for educational visitors to Parliament: First report of session 2006-07*. London.
- Public Relations Society of America (1982). *Official Statement on Public Relations*. Consultado a 27 de março de 2014, em <http://www.prsa.org/aboutprsa/publicrelationsdefined/documents/official%20statement%20on%20public%20relations.pdf>
- Public Relations Society of America (2012). *What is Public Relations? PRSA's Widely Accepted Definition*. Consultado a 05 de fevereiro de 2014, em http://www.prsa.org/aboutprsa/publicrelationsdefined/#.VEBhf_ldWT8
- World Public Relations Forum (2014). *The momentum from Madrid: Eighth World Public Relations Forum tells story of Public Relations Leadership*. Consultado a 18 de outubro de 2014, em http://www.globalalliancepr.org/website/sites/default/files/nolie/Communication/WPRF%202014/20140923_WPRF2014_Momentum%20from%20Madrid.pdf
- Freire, M. V. (2013). *Caminhos de Diálogo no Parlamento Português. Programa de Cooperação Parlamentar entre a Assembleia da República e a Assembleia Nacional de Cabo Verde 2012/2014*. Apresentação de PowerPoint.

Apêndice

Diário de Estágio

Local: Assembleia da República – Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas

Início do estágio: 3 de fevereiro de 2014

Fim do estágio: 30 de abril de 2014 de 2014

Dia 1 (3 de fevereiro de 2014)

- Formação inicial sobre a estrutura, as competências e o funcionamento da Assembleia da República.
- Breve entrevista e descrição dos objetivos do estágio. Apresentação da orgânica e das principais funções do serviço do Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas (CIC/RP), relativamente às áreas comunicacional, educativa e cultural.

Dia 2 (4 de fevereiro de 2014)

- Auxílio na preparação da exposição *Ruin'arte - "Gloriosos Momentos, Ruinosos Monumentos"*, de Gastão de Brito e Silva, que visa chamar a atenção para a degradação do património arquitetónico deste país. Esta terá lugar no dia 12 de Fevereiro.

Análise Reflexiva:

- Pesquisa de informação sobre os edifícios presentes na exposição, com vista à realização de folhetos informativos, para colocar à disposição no dia da inauguração.

Dia 3 (5 de fevereiro de 2014)

- Continuação da recolha de informação sobre os edifícios presentes na exposição *Ruin'arte - "Gloriosos Momentos, Ruinosos Monumentos"*.

Dia 4 (6 de fevereiro de 2014)

- Reunião técnica para acertar pormenores relativos à exposição *Ruin'arte - "Gloriosos Momentos, Ruinosos Monumentos"*. Preparação da exposição.

Análise Reflexiva:

- Elaboração de um folheto informativo para colocar à disposição no dia da inauguração.
 - Reunião técnica onde ficou definido o espaço que o autor da exposição poderia ocupar com as suas obras, bem como onde ficariam os pontos de som para o discurso da inauguração.
 - Envio de *e-mails*, para os serviços da AR, com o intuito de informar o dia da inauguração, para que todas as diligências sejam tomadas, nesse sentido, nomeadamente, os serviços de segurança (para o estacionamento das viaturas do autor), o serviço do protocolo (caso a senhora Presidente da Assembleia da República esteja presente), o serviço de audiovisuais (para a colocação do sistema de som e áudio) e o serviço de recursos humanos (para que haja técnicos presentes, para acompanhar os convidados até ao local da exposição).
- Observação crítica do Boletim Informativo da AR, a fim de melhorar, eventualmente, a forma como é comunicado, tanto interna, como externamente.

Dia 5 (7 de fevereiro de 2014)

- Reunião para acertar pormenores relativos ao novo formulário para marcação de visitas à AR.

Análise Reflexiva:

- Uma das principais atividades da responsabilidade do CIC/RP consiste na realização de visitas guiadas ao Palácio de S. Bento. Durante a semana, estas são dirigidas a grupos organizados, nomeadamente para escolas ou associações, e aos sábados, para cidadãos individuais que queiram conhecer o Palácio.

Contudo, para que estas visitas tenham lugar, é necessário que se preencha um formulário de marcação, presente no sítio da Internet do Parlamento.

No caso particular das escolas, cada professor preenche, à sua maneira, o formulário com o nome da escola pela qual faz a inscrição. Este facto leva a que, nas bases de dados do CIC/RP, a mesma escola apareça diversas vezes e com nomes distintos.

Para tentar colmatar esta situação, pretende-se que, no formulário de inscrição da AR, a hipótese de resposta aberta para colocar o nome da escola passe a listar as escolas presentes na base de dados do Ministério da Educação, onde os professores apenas tenham de escolher a “sua” escola.

- Preparação da exposição *Ruin 'arte - "Gloriosos Momentos, Ruinosos Monumentos"*.

Dia 6 (10 de fevereiro de 2014)

- Elaboração da sinalética para a exposição.

Análise Reflexiva:

- Apesar de a AR ter um *designer* responsável por todos os serviços gráficos e de imagem, nem sempre lhe é pedido que faça as sinaléticas para os eventos, a fim de não o sobrecarregar. Sempre que se tratam de tarefas de fácil realização, o CIC/RP encarrega-se das mesmas.

- Continuação da preparação da exposição.

Dia 7 (11 de fevereiro de 2014)

- Preparação da exposição.

Análise Reflexiva:

- Como responsável pela realização dos eventos, é fundamental que o profissional do CIC/RP verifique todos os detalhes dos mesmos. Neste caso, foi-me pedido que verificasse as legendas das fotografias, enviadas pelo autor, que compunham a exposição, com o intuito de perceber se existiam lacunas ou se estava alguma em falta.

Dia 8 (12 de fevereiro de 2014)

- Inauguração da exposição *Ruin'arte*.

Análise Reflexiva:

- O auxílio aos convidados corresponde à presença de alguns profissionais do CIC/RP, nestes eventos, uma vez que são estes que estão encarregues de estabelecer relações de proximidade com os cidadãos. Como tal, é importante que estejam presentes para os orientar no espaço ou esclarecer, caso tenham alguma dúvida relacionada com o próprio Parlamento.

Dia 9 (13 de fevereiro de 2014)

- Acompanhamento de uma visita guiada, com o intuito de observar a atitude do público face à mesma.

Análise Reflexiva:

- Com o acompanhamento desta visita guiada consegui aferir que, perante algumas questões colocadas pela Guia, relacionadas com a vida e que supostamente seriam de conhecimento geral, muitos jovens não as sabiam responder.

Dia 10 (14 de fevereiro de 2014)

- Observação das atividades levadas a cabo pelos meus colegas de trabalho, nomeadamente o atendimento de chamadas vindas do exterior e a marcação de visitas guiadas.

Dia 11 (17 de fevereiro de 2014)

- Observação e acompanhamento do processo que antecede a realização de uma atuação musical nos espaços do Palácio de S. Bento, tal como, o envio de *e-mails*, verificação da disponibilidade do espaço, etc.

Dia 12 (18 de fevereiro de 2014)

- Recepção e auxílio à Comunicação Social (SIC), no âmbito da filmagem da exposição *Ruin'arte*, para a realização de uma reportagem sobre Ruínas Históricas.

Análise Reflexiva:

- Por ter estado a acompanhar toda a preparação da exposição *Ruin'arte*, fez sentido estar presente nesta iniciativa. O CIC/RP presta apoio presencial à Comunicação Social em qualquer evento promovido na AR.
- Visita guiada, realizada pelo CIC/RP, que se destina, exclusivamente, ao público interno.

Análise Reflexiva:

- Com o intuito de dar a conhecer aos funcionários parlamentares o local onde trabalham, além dos locais por onde passam diariamente, o CIC/RP realizou, ainda que a título experimental, uma visita guiada propositadamente para o público interno.
Houve uma grande adesão a esta iniciativa, apesar das 30 vagas disponíveis e, no final, a reação dos funcionários foi de tal forma positiva que ficou prometida a realização de uma visita, futuramente, abrangendo outros espaços.
Ao longo da visita trocaram-se histórias e experiências entre os funcionários e prevaleceu sempre um clima de partilha bastante agradável.
- Apesar de o CIC/RP nortear as suas ações em prol da comunicação com o público externo, a comunicação interna não é descurada, sendo esta atividade um exemplo disso mesmo.

Dia 13 (19 de fevereiro de 2014)

- Visita técnica para o embaixador da Eslováquia, com o intuito de preparar a exposição do político Alexander Dubcek.
- Tomada de posse do novo Secretário-Geral.
- Apoio à sessão Plenária.

Análise Reflexiva:

- Nas sessões plenárias, o profissional do CIC/RP anota todas as intervenções feitas durante a sessão. Este trabalho serve para dar auxílio, na altura, à Comunicação Social (que se encontra atrás de nós) e, posteriormente, a qualquer cidadão que ligue e queira saber que deputados intervieram na sessão e em que contexto.
- Como referi no dia de ontem, dia 18, foram tecidas críticas bastante positivas, relativamente à visita guiada ao Palácio de S. Bento, destinada ao público interno. Em meu entendimento é importante mencionar que hoje muitos foram os *e-mails* recebidos na caixa de correio do CIC/RP, a felicitar o excelente trabalho pela visita de ontem e a desejar que seja realizada uma visita futura. Nos corredores da AR são bastantes os funcionários que, por não terem tido possibilidade de ir, solicitam que a divisão tenha este tipo de iniciativas novamente.

Dia 14 (20 de fevereiro de 2014)

- Elaboração de uma proposta de alteração do *website* do Parlamento, relativamente à secção dedicada à Comunicação Social.

Análise Reflexiva:

- Esta atividade foi-me solicitada pela minha orientadora, no sentido em que, no *website* do Parlamento existe uma secção dedicada à Comunicação Social que raramente é utilizada pelos mesmos. Isto deve-se ao facto de, praticamente, toda a informação que está presente nesta secção, se encontre, igualmente, na página inicial. Como tal, os jornalistas cingem-se à página inicial, não entrando na página a eles destinada.

Dia 15 (21 de fevereiro de 2014)

- Reunião sobre as comemorações do 40.º aniversário do Dia 25 de Abril.

Análise Reflexiva:

- Nesta reunião esteve presente toda a divisão de RP. A mesma serviu para tomar conhecimento das iniciativas que serão levadas a cabo no âmbito do 40º aniversário do 25 de Abril, pelos diversos serviços.

Dia 16 (24 de fevereiro de 2014)

- Reunião para programar a *newsletter* interna da AR – “ComunicAR”.

Análise Reflexiva:

- Esta *newsletter* tem o intuito de divulgar aos funcionários os acontecimentos futuros, caso existam, de cada serviço do Parlamento, bem como, dar a conhecer algumas curiosidades.
- A equipa de redação do “ComunicAR” é constituída por profissionais de diversos serviços. Esta primeira reunião serve para fazer a seleção das notícias que irão constar na *newsletter* e para distribuir tarefas.

Dia 17 (25 de fevereiro de 2014)

- Auxílio na redação das notícias, que ficaram adstritas ao nosso serviço, para a *newsletter* interna “ComunicAR”.

Dia 18 (26 de fevereiro de 2014)

- Reunião de edição da *newsletter* interna “ComunicAR”.

Análise Reflexiva:

Nesta reunião, cada serviço traz as notícias pelas quais ficou encarregue e, em conjunto, são todas analisadas.

Dia 19 (27 de fevereiro de 2014)

- Reunião final “ComunicAR”.

Análise Reflexiva:

- Nesta reunião, além de todos os serviços que estão na base da redação da “ComunicAR” estarem presentes, está igualmente o adjunto do Secretário-Geral, para dar o aval final de todo o trabalho desenvolvido.

- Marcação de assistências ao Plenário.

Análise Reflexiva:

- Ainda que as assistências ao plenário sejam públicas, aconselhamos sempre a que seja feita marcação - através de formulário presente no *website* do Parlamento-, no que concerne às escolas ou aos grupos organizados. Este procedimento serve para que consigamos gerir os espaços existentes nas Galerias da Sala das Sessões, evitando, assim, que os grupos cheguem e não consigam lugar.

- Assistência à sessão Plenária.

Dia 20 (28 de fevereiro de 2014)

- Leitura de obras que servirão de suporte à realização deste trabalho.

Dia 21 (03 de março de 2014)

- Receção de Primeiro-Ministro do Luxemburgo – Apoio à Comunicação Social.

Análise Reflexiva:

- Como é o serviço de RP que estabelece a comunicação com a Comunicação Social, sempre que esta se encontra presente nos espaços do Palácio de S. Bento, é necessário que um profissional do CIC/RP esteja a acompanhar.

Dia 22 (04 de março de 2014)

Dia 23 (05 de março de 2014)

- Organização dos pedidos de filmagens na AR e das reportagens fotográficas.

Análise Reflexiva:

- Cabe, também, ao CIC/RP dar o parecer relativamente a pedidos para captar imagens no Palácio de S. Bento por agentes externos à AR. Com vista a organizar uma base de dados, foi-me solicitado que criasse uma tabela onde estivessem presentes todos os pedidos de filmagens feitos até à data.

Dia 24 (06 de março de 2014)

- Organização dos pedidos de filmagens na AR e das reportagens fotográficas -
Continuação da criação da base de dados iniciada ontem.

- Apoio à sessão Plenária.

Dia 25 (07 de março de 2014)

Dia 26 (10 de março de 2014)

Dia 27 (11 de março de 2014)

- Redação de proposta de informação para a Presidente da AR, sobre um pedido de filmagens no Palácio de S. Bento.

Análise Reflexiva:

- Tendo em conta os inúmeros pareceres que por mim tinham passado, devido à criação da base de dados, foi-me pedido que, face a um novo pedido de filmagens, desse a minha proposta de informação para o gabinete da PAR.

- Apoio à Comunicação Social nas comissões.

Dia 28 (12 de março de 2014)

- Inauguração de exposição de pintura.

Análise Reflexiva:

- Como não estive a acompanhar os procedimentos que antecederam esta exposição, apenas estive presente na sua inauguração, a fim de perceber melhor a ação do CIC/RP neste tipo de iniciativas.

Dia 29 (13 de março de 2014)

- Acompanhamento de uma visita guiada.

Dia 30 (14 de março de 2014)

- Reunião para esclarecer algumas questões relacionadas com a abertura da página do Facebook “Parlamento Cultural”.

Análise Reflexiva:

- Com vista a “estar onde os cidadãos estão”, a AR criou uma página no Facebook com o intuito de divulgar todos os acontecimentos culturais que tenham lugar no Palácio de S. Bento. Apesar de ainda não terem sido definidas regras para a sua utilização, esta página vai ser gerida pelo CIC/RP. Contudo, ficou desde já estipulado que apenas seriam alvo de resposta os comentários que visassem o esclarecimento de alguma dúvida relacionada com o evento anunciado na publicação em questão.

Dia 31 (17 de março de 2014)

- Criação de uma página “fantasma” com vista a simular a criação da real página do Facebook do “Parlamento Cultural”.

Dia 32 (18 de março de 2014)

- Pedidos de orçamento a jornais para divulgação das iniciativas relativas às comemorações do 40º aniversário do 25 de Abril, na Assembleia da República.

Análise Reflexiva:

- Juntamente com a orientadora, dividimos os contactos dos jornais e revistas onde iriam ser publicados anúncios relativos ao 25 de Abril, para fazermos pedidos de orçamento.

Dia 33 (19 de março de 2014)

- Pedidos de orçamento a jornais para divulgação das iniciativas.

Análise Reflexiva:

- Com as respostas obtidas, foi-me pedido que organizasse toda a informação numa tabela, que contivesse o tipo de publicação, o formato, o preço e a data em que seria publicado. Estas propostas de orçamento serão sujeitas a aprovação superior.
- Apoio à sessão Plenária.

Dia 34 (20 de março de 2014)

- Continuação da atualização da informação relativa aos orçamentos solicitados no dia de ontem.

Dia 35 (21 de março de 2014)

- Atualização dos contactos de jornalistas do setor cultural, com vista à divulgação do comunicado de imprensa relativo ao programa das comemorações do 40.º aniversário do 25 de Abril.

Análise Reflexiva:

- Embora já existisse uma lista com os jornalistas responsáveis pela secção de cultura de cada canal/jornal/revista, esta poderia estar desatualizada. Como tal, foi-me pedido que verificasse todos os contatos e efetuasse alterações, caso fosse necessário.

Dia 36 (24 de março de 2014)

- Continuação da atualização dos contactos de jornalistas do setor cultural.

Dia 37 (25 de março de 2014)

- Visita técnica para o lançamento do *website* da Lusa, nos espaços da AR, sobre os 40 anos do 25 de Abril.

Análise Reflexiva:

- Nesta visita técnica, o responsável pelo *website*, por parte da Lusa, veio fazer o reconhecimento do espaço onde a iniciativa teria lugar e ficou estipulado o que seria necessário a AR ultimar para o dia do evento.

Dia 38 (26 de março de 2014)

- Organização do evento para o lançamento do *site* da Lusa - Elaboração da sinalética para o evento.

Dia 39 (27 de março de 2014)

- Dia do evento para o lançamento do *website* da Lusa.

Análise Reflexiva:

- O evento, no geral, correu bem. Contudo, houve alguns imprevistos, nomeadamente com o projetor que, apesar de todos os testes feitos anteriormente, em cima da hora, avariou. Esta situação fez-me perceber a importância de, nestes casos, ter sempre um “plano B”.

Dia 40 (28 de março de 2014)

- Reunião da *newsletter* “ComunicAR” que sai no mês de abril de 2014, pela primeira vez, para o exterior.

Análise Reflexiva:

- A publicação da *newsletter* para o público externo surgiu da necessidade de cumprir os ideais de transparência presentes na atual Constituição da República Portuguesa, bem como, da necessidade de dar a conhecer aos cidadãos que a Assembleia da República possui toda uma “máquina” laboral, repleta de atividades, que se estendem muito além daquilo que os meios de Comunicação Social apresentam.
- Nesta edição não acompanhei as reuniões desde o início, mas a minha orientadora achou pertinente que estivesse presente na reunião final.

Tendo em conta que esta edição da “ComunicAR” seria a primeira a ser publicada para o público externo, diversas questões surgiram nesta reunião - ao ponto de o lançamento da *newsletter* ter de ser adiado -, nomeadamente:

- A eventualidade de se fazerem duas capas, com destaques distintos;
- De que forma se pretende que este instrumento de comunicação seja percecionado externamente? - Na *newsletter* são noticiados diversos eventos que têm lugar na AR. Se este órgão de soberania tem a função de legislar, esta deveria estar noticiada mais vezes, pelo menos para o público externo;

- A colocação de um pequeno excerto na secção “Curiosidades”, onde todos os meses se explicasse cada serviço da AR.

Dia 42 (29 de março de 2014)

- Observação e auxílio na redação das notícias que estarão presentes na *newsletter* do mês de abril, de acordo com o que foi estipulado na reunião de ontem.

Dia 43 (31 de março de 2014)

- *Follow up* dos jornalistas que estarão presentes na conferência de imprensa da Assembleia Parlamentar da União para o Mediterrâneo, a 1 de abril de 2014.

- Neste caso, entende-se por “follow up” a atividade de confirmar as presenças nos eventos.

Dia 44 (01 de abril de 2014)

- *Follow up* dos jornalistas que estarão presentes na conferência de imprensa da Assembleia Parlamentar da União para o Mediterrâneo.

- Tendo em conta que as agendas dos diversos meios de comunicação apenas ficam concluídas depois das 19h00, não nos foi possível obter todas as confirmações ontem.

Dia 45 (2 de abril de 2014)

- Elaboração de pastas que serão distribuídas aos cidadãos no Dia 25 de Abril, no âmbito da iniciativa “Palácio de S. Bento aberto ao público”.

- Estas pastas serão distribuídas aos cidadãos aquando da sua entrada no Palácio de S. Bento, para as visitas livres. Cada pasta possui um conjunto de folhas com informação sobre os diversos espaços contemplados no itinerário da visita.

Dia 46 (3 de abril de 2014)

- Elaboração de pastas que serão distribuídas aos cidadãos no Palácio de S. Bento aberto ao público.

Dia 47 (4 de abril de 2014 14)

- Recolha de contactos da Comunicação Social para divulgação das comemorações do 25 de Abril.

- Apesar de já existir uma base de dados com estes contactos, é necessário confirma-los e saber se existem outros que necessitem de ser atualizados.

Dia 48 (7 de abril de 2014 14)

- Elaboração de uma proposta de questionário para fazer aos visitantes no final das visitas livres, no âmbito das comemorações do 25 de Abril.

- Foi-me proposta pela orientadora a elaboração de uma proposta de questionário para entregar aos visitantes no final de cada visita livre. Achei pertinente colocar questões relacionadas com:
 - A duração do percurso;
 - A pertinência dos temas abordados (na Sala das Sessões, na Sala do Senado e na Biblioteca estarão funcionários parlamentares que farão pequenas apresentações sobre os espaços);
 - A clareza nas explicações;
 - A qualidade e a quantidade da informação disponibilizada (no início das visitas serão disponibilizadas aos visitantes pastas contendo folhas com informação relativa a cada espaço);
 - A sinalização do percurso;
 - A necessidade de acompanhamento durante a visita.

Dia 49 (8 de abril de 2014)

- Recolha dos contactos das Juntas de Freguesia de Lisboa, Oeiras, Loures, Sintra, Barreiro e Almada para divulgação das comemorações do 25 de Abril.

Dia 50 (9 de abril de 2014)

- Entrega de petição por Francisco Louçã e João Cravinho à Presidente da Assembleia da República.

- Nestes casos, tem de estar presente, pelo menos, um profissional do CIC/RP, por ser este o serviço responsável pela Comunicação Social, como referi anteriormente.

Dia 51 (10 de abril de 2014)

- Assistência à sessão Plenária.

Dia 52 (11 de abril de 2014)

- Elaboração de pastas que serão distribuídas aos cidadãos no Palácio de S. Bento aberto ao público.

Dia 53 (14 de abril de 2014)

- Visita guiada à exposição “O nascimento de uma democracia”, patente na AR, que teve por comissário Pacheco Pereira.

- *Follow up* dos órgãos de Comunicação Social que estarão presentes na Visita Guiada à exposição, feita pelo comissário Pacheco Pereira.

Dia 54 (15 de abril de 2014)

- Continuação do *Follow up* dos órgãos de Comunicação Social que estarão presentes na Visita Guiada à exposição, feita pelo comissário Pacheco Pereira.

- Reunião técnica para coordenação da conferência de imprensa dada no âmbito da visita do Presidente da Câmara dos Representantes do Congresso dos Estados Unidos da América à PAR, dia 17.

- Esta é uma reunião em conjunto com o serviço de Protocolo. O CIC/RP apenas está responsável pela organização da conferência de imprensa.

- Reunião técnica com o Tenente Coronel responsável pela atuação musical das Forças Armadas, nas comemorações do 25 de Abril.

Dia 55 (16 de abril de 2014)

- Elaboração de pastas que serão distribuídas aos cidadãos no Palácio de S. Bento aberto ao público.

Dia 56 (21 de abril de 2014)

- Continuação da elaboração de pastas que serão distribuídas aos cidadãos no Palácio de S. Bento aberto ao público.

Dia 57 (22 de abril de 2014)

- Elaboração de pastas que serão distribuídas aos cidadãos no Palácio de S. Bento aberto ao público.

- Visita dos Chefes de missão da “troika” – O CIC/RP faz o serviço de apoio à Comunicação Social.

Dia 58 (23 de abril de 2014)

- Elaboração de pastas que serão distribuídas aos cidadãos no Palácio de S. Bento aberto ao público.
- *Follow up* dos deputados que estarão presentes no concerto “Zeca Afonso em tons de abril”, que terá lugar hoje ao final do dia.

Dia 59 (24 de abril de 2014)

- Elaboração de pastas que serão distribuídas aos cidadãos no Palácio de S. Bento aberto ao público.
- *Briefing* para as comemorações do 25 de Abril.

Análise Reflexiva:

- Nesta reunião foram acertados pormenores para o dia de amanhã. Foi-nos dado a conhecer em que locais a Comunicação Social ficaria colocada e, consoante isso, fomos distribuídos pelos espaços do palácio. Fui igualmente informada de outros procedimentos que devem ser levados a cabo neste dia.
- Assistência à sessão Plenária.

Dia 60 (25 abril de 2014)

- Apoio à Comunicação Social presente nas comemorações do Dia 25 Abril.
- Visitas livres ao Palácio de S. Bento – Organização e apoio aos cidadãos/esclarecimentos.

Análise Reflexiva:

- Assim que a sessão solene terminou, foi necessário preparar os espaços do palácio para receber os cidadãos na parte da tarde. Esta preparação engloba a colocação de baias a delimitar o itinerário, o posicionamento da sinalética nos respetivos

lugares e verificar se todas as portas, que se encontram no percurso e não façam parte deste, estão fechadas.

- Este novo formato de visita permitiu aos cidadãos circularem pelo Palácio, guiando-se por um folheto, distribuído à entrada, onde constava o itinerário do percurso. Foi-lhes igualmente distribuída uma pasta com informação relativa a cada espaço do Palácio, presente no percurso da visita.
- Além de ter ajudado na preparação, fiquei a dar apoio aos cidadãos e a prestar informações sempre que necessário.
- O facto de as visitas não serem guiadas e de os funcionários estarem colocados ao longo do percurso proporcionou aos cidadãos uma partilha mais direta entre o mundo cá fora e a casa que os representa, bem como serviu para quebrar, em certa medida, o estigma pouco abonatório criado em torno da Assembleia, enquanto órgão legislador. Exemplo disso foi o facto de um dos visitantes se ter dirigido a mim, dizendo que “afinal a Assembleia não é só aquilo que se vê na televisão. Tem funcionários muito simpáticos”.

Dia 61 (26 de abril de 2014)

- Colocação da sinalética para as visitas livres ao Palácio de S. Bento e verificação de todo o itinerário.

- Atuação do grupo de Combo da Escola de Jazz Luiz Villas-Boas – Organização e receção.

- Aquando da preparação das comemorações do Dia 25 de Abril, foi-me pedido que, no dia, ficasse responsável pela atuação deste grupo musical. Como tal, foi necessário verificar se os pontos de eletricidade, solicitados pelos músicos, estavam colocados, se o lanche, pedido por nós, também estava posto na sala que lhes foi atribuída para guardarem o material. Fiquei igualmente responsável pela sua acreditação na entrada do Palácio de S. Bento e pela elaboração de sacos com pequenas lembranças, para entregar no final a atuação.

Dia 62 (28 de abril de 2014)

- Reunião do serviço CIC/RP para avaliar como correram os trabalhos durante o fim de semana de comemoração do Dia 25 de Abril.

Dia 63 (29 de abril de 2014)

- *Follow up* dos secretários da mesa e dos líderes dos grupos parlamentares que estarão presentes na peça da companhia de teatro A Barraca.

- Elaboração da sinalética para a visita de delegação tailandesa ao Provedor de Justiça.

Dia 64 (30 de abril de 2014)

- Preparação da sala do Senado para a realização da peça da companhia de teatro A Barraca.

- Hoje terá lugar a peça da companhia de teatro “A Barraca”. Foi-me solicitado que distribuísse pelas cadeiras as folhas com informação sobre a peça.

ANEXOS

Anexo 1 - Entrevista à Dr.^a Marlene Viegas Freire, Coordenadora para a área das Relações Públicas do CIC/RP e Coordenadora do Projeto “Parlamento dos Jovens” (2 de outubro de 2014)

Em 2004, qual foi o propósito para a criação do CIC/RP?

MV: A criação do Centro de Informação ao Cidadão e Relações Públicas veio reforçar a política de abertura do Parlamento aos cidadãos, direcionando a sua ação essencialmente para o desenvolvimento de uma comunicação mais eficaz, dinâmica, próxima e aberta com os cidadãos em geral, mas também com os Deputados, com os agentes sociais e culturais e com os meios de Comunicação Social.

Passados 10 anos, em termos evolutivos, qual foi o vosso ponto mais alto? Porquê?

MV: O ponto mais alto da evolução do serviço terá sido o reconhecimento da sua identidade e atuação multidisciplinares estruturadas com base num conjunto de competências nucleares e periféricas, formalmente atribuídas ou herdadas com expressão em várias áreas, nomeadamente comunicação, Relações Públicas, “serviço” educativo e cultural.

Têm tido algum feedback por parte dos cidadãos, relativamente às atividades que desenvolvem junto deles e para eles?

MV: Sim, o *feedback* é obtido presencialmente nas visitas e nos vários eventos promovidos na Assembleia da República, bem como através de mensagens de correio eletrónico, contacto telefónico ou registo de opiniões num livro disponibilizado para o efeito em determinadas ocasiões. Com base nesse *feedback* externo, mas também no interno, é feito o planeamento de novas atividades, a reestruturação das existentes e a avaliação final das iniciativas desenvolvidas.

Um dos expoentes máximos da vossa atuação é a realização de Visitas Guiadas, fazendo estas parte da componente educativa do CIC/RP. Que outras atividades fazem parte desta componente?

MV: A organização e coordenação de dias de Porta Aberta, onde se incluem, por exemplo, oficinas pedagógicas, entre muitos outros eventos; a organização de pedidos de reuniões com Membros do Parlamento ou com os Serviços da Assembleia da República; a gestão dos pedidos de assistência às reuniões plenárias; o desenvolvimento de uma página Internet dedicada aos mais novos; e o apoio ao programa Parlamento dos Jovens.

Qual é o intuito deste “serviço” educativo?

MV: Não existe um serviço educativo enquanto unidade orgânica na estrutura dos serviços da Assembleia da República. As competências de “serviço” educativo desempenhadas pelo CIC/RP têm como o objetivo fundamental comunicar o Parlamento na prática numa perspetiva pedagógica, (in)formativa e de cidadania.

Neste momento, quais são as principais limitações/pontos fracos deste serviço educativo?

MV: As principais limitações prendem-se essencialmente com a escassez de recursos humanos, com a necessidade de especialização dos funcionários em determinadas áreas e a inexistência de um Plano de Comunicação na Assembleia da República.

É possível identificar aspetos que podem ser agarrados e vistos como oportunidades de desenvolver a vossa componente pedagógica?

MV: O desenvolvimento da componente pedagógica poderia passar pela realização de oficinas pedagógicas, para diversificar a oferta educativa, e a criação de conteúdos destinados para professores e educadores.

Não são agarrados porquê?

MV: Qualquer um destes aspetos implica a existência de recursos humanos em número suficiente e com formação adequada para a conceção e organização dos mesmos.

Em que medida uma atitude mais proativa por parte do CIC/RP poderia ajudar a estreitar relações entre o Parlamento e as comunidades escolares?

MV: Consideramos a atitude do CIC/RP bastante proativa, dentro das limitações já referidas, pelo que a sua missão de estreitar as relações entre o Parlamento e as comunidades escolares, neste caso, é cumprida com rigor. Este facto pode ser facilmente atestado, através dos nossos relatórios de atividades, pelo número de visitantes do público escolar que assiduamente procura saber mais sobre o funcionamento e a história do Parlamento e das instituições democráticas.