



POLÍTICAS PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO: A ATUAÇÃO DO FÓRUM NACIONAL DAS SECRETARIAS ESTADUAIS DE COMUNICAÇÃO

PUBLIC POLICY AND COMMUNICATION: THE ROLE OF THE NATIONAL FORUM OF STATE COMMUNICATION SECRETARIATS

POLÍTICAS PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN: LA ACTUACIÓN DEL FORO NACIONAL DE LAS SECRETARÍAS ESTATALES DE COMUNICACIÓN

Alexandre Barbalho¹

Resumo: O artigo tem como objetivos analisar a atuação do Fórum Nacional das Secretarias Estaduais de Comunicação (FNSEC), instituição por essência pluripartidária, em um contexto de forte polarização política no país, e as agendas que são discutidas e acordadas entre os seus integrantes. Para dar conta da questão levantada, recorreu-se à pesquisa bibliográfica e documental. A abordagem situou o desafio das políticas de comunicação no Brasil contemporâneo, bem como o processo de construção do Fórum na atual conjuntura política do país, para, em seguida, analisar a agenda as agendas das sete reuniões ocorridas até o momento.

Palavras-chave: Agenda; Fórum Nacional das Secretarias Estaduais de Comunicação; Política Pública; Política de Comunicação.

Abstract: The article aims to analyze the role of the National Forum of State Communication Secretariats, an institution that is by nature multi-party, in a context of intense political polarization in the country, as well as the agendas that are discussed and agreed upon among its members. To address the issue, bibliographic and documentary research was conducted. The approach contextualizes the challenges of communication policies in contemporary Brazil, as well as the process of building the Forum in the current political scenario of the country, and then analyzes the agendas of the seven meetings held so far.

Keywords: Public Policy; Communication Policy; Agenda; National Forum of State Communication Secretariats.

¹ Professor dos PPGs em Sociologia e em Políticas Públicas da UECE e em Comunicação da UFC. alexandrealmeidabarbalho@gmail.com

Resumen: Estatales de Comunicación, una institución esencialmente multipartidista, en un contexto de fuerte polarización política en el país, así como las agendas que se discuten y acuerdan entre sus integrantes. Para abordar la cuestión planteada, se recurrió a la investigación bibliográfica y documental. El enfoque situó el desafío de las políticas de comunicación en el Brasil contemporáneo, así como el proceso de construcción del Foro en la actual coyuntura política del país, para luego analizar las agendas de las siete reuniones realizadas hasta el momento.

Palabras clave: Política Pública; Política de Comunicación; Agenda; Foro Nacional de las Secretarías Estatales de Comunicación.

INTRODUÇÃO

O primeiro Fórum Nacional das Secretarias Estaduais de Comunicação (FNSEC) ocorreu em junho de 2023, em Salvador. O início dessa articulação entre os estados para discutir as suas políticas de comunicação é relevante: primeiro ano do terceiro mandato de Lula na Presidência da República. Se é consenso que os governos anteriores do PT avançaram muito pouco no que se refere às políticas para o setor, tendo ficado refém de interesses do setor privado e sem fomentar o debate social sobre o tema (Lopes, 2018), por outro lado, as poucas conquistas desse período, como a criação da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), a realização da Conferência Nacional de Comunicação e a tentativa de criação do Conselho Nacional de Comunicação, sofreram reveses nos governos seguintes de Temer e Bolsonaro (Andreata, 2020).

Analisando os dois primeiros anos do governo Bolsonaro, Oliveira et al. apontam que as políticas de radiodifusão, por exemplo, objetivaram “facilitar o desempenho dos agentes privados, criar regras mais flexíveis para as emissoras de rádio e TV e dismantelar as estruturas nacionais de serviço público de mídia”, em especial da EBC. Foi aprovada, ainda, “uma reforma da estrutura legal no setor de telecomunicações para remover as obrigações dos concessionários e permitir que os agentes privados operem com menos exigências”. No que diz respeito à Internet, “não houve nenhum progresso estrutural nas políticas de expansão de acesso e houve uma tentativa de militarizar a regulamentação da proteção de dados” (Oliveira et al., 2022, p. 120).

Como sugere Andy Smith, “a maior parte do trabalho político consiste em tentativas de construir ‘problemas públicos’”, o que implica, para o analista, compreender “o trabalho cognitivo que ajudou a moldar a definição de um problema” e “a forma como a representação subjacente do problema se tornou ‘social’ por meio da reunião de aliados que o compartilham suficientemente para defendê-lo” (Smith, 2021, p. 103). A partir dessa perspectiva, pergunta-se: como se dá a atuação do FNSEC, por essência pluripartidário, em um contexto de forte polarização política no país? Que agendas são discutidas e acordadas entre os seus integrantes?

Para dar conta da questão levantada, recorreu-se à pesquisa bibliográfica e documental. O artigo está dividido em três seções, fora a introdução e as considerações finais. Na primeira, situa-se o desafio das políticas de comunicação no Brasil contemporâneo. Na segunda, aborda-se o processo de construção do Fórum na atual conjuntura política do país. Por fim, analisa-se a agenda das sete reuniões do Fórum realizadas até o momento da pesquisa e da escrita deste artigo.

POLÍTICAS FEDERAL E ESTADUAIS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

As políticas públicas de comunicação são, em geral, alvo de controvérsias, seja a partir da crítica à omissão, geralmente feita pelos setores progressistas, seja pela intromissão, feita pelos conservadores. Na realização da I Conferência Nacional de Comunicação em 2010, por exemplo, uma das mais de 600 propostas aprovadas foi criar o Conselho Nacional de Comunicação e Conselhos Municipais, Estaduais e Distrital, como instâncias de políticas de comunicações no país. Contudo, o Conselho Federal não conseguiu ser efetivado, pois a proposta foi acusada de ameaçar a liberdade de expressão.

Em âmbito estadual, a Bahia, sob o governo petista de Jacques Wagner, realizou a I Conferência Estadual de Comunicação, em agosto de 2008, na realidade, a primeira iniciativa desse porte no país. Em setembro de 2009, foi realizada a II Conferência, como parte do processo nacional que culminou na I Conferência Nacional de Comunicação em novembro do mesmo ano. Apesar do pioneirismo, na avaliação de Clarissa Amaral (2014), ambas as conferências tiveram um “melancólico e pífio desfecho”, uma vez que não tiveram caráter deliberativo e nem as recomendações retiradas desses processos participativos foram inteiramente implementadas.

Em outra linha de atuação, o Governo do Ceará criou, em 2007, seu Portal que, de início, restringia-se a divulgar informações conforme estabelecido nos dispositivos legais. Contudo, paulatinamente, o Portal ampliou sua oferta de serviços, com destaque para os canais abertos à participação da sociedade, como o Banco de Ideias (BI), um ambiente e-participativo criado em 2012, por meio do qual os usuários podiam sugerir ideias para a melhoria das políticas públicas estaduais (Barbalho; Moreira, 2021). Mas antes do BI, no final de 2010, a Assembleia Legislativa do Estado do Ceará aprovou um projeto de indicação para a criação do Conselho Estadual de Comunicação. Esse fato agendou imprensas estadual e nacional que, de modo majoritário, viram na iniciativa, tal como no caso federal, um meio para censurar a imprensa e cercear a liberdade de expressão (Oliveira, 2013). Tal posicionamento fomentou uma opinião pública contrária a essa possível política e forçou o então governador a se pronunciar, negando a existência do interesse em efetivar o Conselho.

Entende-se, desse modo, que, como regra, à esquerda e à direita do espectro político, os candidatos a cargos do Poder Executivo não propunham políticas claras para este setor. A título de exemplo, em seu estudo sobre a existência, ou não, de políticas públicas de comunicação nos planos de governos dos candidatos à Presidência em 2014 – Aécio Neves (PSDB), Dilma Rousseff (PT), Eduardo Jorge (PV), José Maria Eymael (PSDC), Levy Fidelix (PRTB), Luciana Genro (PSOL), Marina Silva (PSB) e Pastor Everaldo (PSC) – Mayara dos Anjos (2015) concluiu que, com exceção da candidata do PSOL, nos demais planos, a comunicação não foi contemplada como área estratégica.

Na maior cidade do país, São Paulo, somente em 2016, último ano da gestão de Fernando Haddad (PT), o “governo aberto” entrou na agenda municipal por meio de um plano que se integrou ao Programa de Metas da Prefeitura de São Paulo (2017-2020), como Projeto Comunica SP que, por sua vez, tem como um de seus objetivos estabelecer o Plano de Comunicação Pública para o Município. Contudo, conforme avalia Wagner Rocha (2019), não se percebeu um avanço significativo da política para o setor, inexistindo uma diretriz formal o que condiciona as ações de comunicação a fatores circunstanciais.

É revelador, nesse sentido, que a questão da comunicação tenha sido pautada de modo mais incisivo, pelo menos nas gestões petistas do Governo Federal, no âmbito da cultura, por meio do Ministério da Cultura (MinC) que, entre outras ações, motivou o debate sobre televisão pública ao promover a realização, em 2007, do I Fórum Nacional de TVs Públicas, de onde surgiu a ideia de criação da EBC². O Fórum foi precedido por etapas preparatórias que resultou em estudos e propostas levadas para debate durante o evento. Como situa Luís Stevanim, essa articulação, que reuniu as associações nacionais de televisões universitárias, legislativas, comunitárias e público-educativas, além de pesquisadores, representantes de movimentos sociais e integrantes de oito ministérios, “permitiu que a sociedade civil chegasse a um conjunto de reivindicações para o sistema público de mídia” (Stevanim, 2013, p. 30).

Já no atual governo Lula, o MinC, junto com a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, lançou, em 2024, o Edital Cultura Viva de Patrocínio sob a Forma de Apoio Cultural às Rádios Comunitárias, envolvendo R\$ 2 milhões com possibilidade de contemplar mais de 800 emissoras. A proposta é que essas rádios divulguem uma série de ações previstas pela Política Nacional de Cultura Viva, direcionada à valorização, ao reconhecimento e ao fomento de entidades, coletivos e agentes que fazem a cultura acontecer em suas comunidades.

Por outro lado, o Ministério das Comunicações (MCom), na barganha por apoio político, foi entregue a Juscelino Filho do União Brasil, médico e político de São Luís³ que enfrentou controvérsias, incluindo denúncias relacionadas ao uso de recursos do orçamento secreto e viagens oficiais com agenda privada, tendo sido mantido até abril de 2025, quando foi substituído por Frederico Siqueira, que possui um perfil mais técnico. Vale salientar que uma das críticas ao MCom, na gestão de Juscelino, dizia respeito à ausência de políticas de fomento às mídias democráticas e independentes (Velooso; Leite; Melo, 2024).

Situada a realidade adversa às políticas públicas de comunicação no país e, como consequência, ao fortalecimento da comunicação pública, pergunta-se em qual contexto político, se deu a criação do FNSEC, questão a ser enfrentada na seção seguinte.

CONJUNTURA POLÍTICA E CRIAÇÃO DO FNSEC

A criação do FNSEC, em 2023, ocorreu em um contexto de transição política no Brasil, com a posse do novo governo Lula em um cenário de uma complexa crise, marcado por desafios políticos e sociais. Como situa Michel Dobry, as molas que movem as crises políticas não se radicam apenas, nem principalmente, nos desequilíbrios, mas nas “mobilizações que esses protagonistas [das crises] realizam no curso das competições e dos enfrentamentos que constituem a trama das relações políticas” (Dobry, 2014, p. 26-27). Esse cenário de mobilização demanda, entre outras ações, a reconfiguração das políticas de comunicação pública, abalada em sua credibilidade e refém da polarização que atravessa todos os estratos da sociedade brasileira.

2 Essa não é uma realidade exclusiva do Brasil, pois, diante da globalização neoliberal e da formação de conglomerados transnacionais de mídia comercial cada vez maiores, vários países têm procurado implementar políticas que possam garantir suas expressões e economias culturais (Curtin, 2015).

3 O então ministro é filho do ex-deputado estadual Juscelino Rezende e iniciou sua carreira política em 2014 como deputado federal filiado ao PRP, tendo já passado por diversos partidos, e presidido, de 2016 a 2022, o diretório estadual do DEM no Maranhão.

O governo anterior, de Jair Bolsonaro, caracterizou-se pelo uso intensivo das redes sociais para disseminação de desinformação, ataques sistemáticos à imprensa tradicional e deslegitimação das instituições públicas. A comunicação oficial adotou uma postura que comprometeu a confiança da população nas fontes institucionais, gerando um ambiente de polarização extrema. O próprio presidente da República teve papel central na proliferação de narrativas negacionistas, especialmente em relação à pandemia de covid-19, vacinas e medidas sanitárias. Como chama atenção Lourdes Silva, “o Governo Federal sob Bolsonaro priorizou, deliberada e intencionalmente, o falso dilema entre economia e vida, causando mortes políticas”, transformando uma “catástrofe sanitária em catástrofe moral” (Silva, 2025, p. 276).

Não é à toa que, após essa política sistemática de desinformação na gestão de Bolsonaro, o atual governo Lula, entre outras ações, tem buscado elaborar de modo participativo e por meio da Secretaria de Comunicação Social e do Ministério da Igualdade Racial, o Plano Nacional de Comunicação Antirracista que foi lançado em dezembro de 2024 para o qual abriram uma consulta pública on-line com o intuito de receber sugestões por parte da população⁴.

Desse modo, a retomada do diálogo federativo se tornou central. As secretarias estaduais de comunicação, embora possuam atribuições distintas, enfrentam problemas comuns — desde a gestão da imagem institucional até o combate à desinformação — e necessitam de instrumentos de governança que favoreçam a reconstrução da confiança institucional, o combate à desinformação, a promoção da transparência nas ações governamentais, a coordenação e a convergência de ações entre as diferentes esferas do poder.

Diante desse quadro, e entendendo que o processo de formulação de políticas públicas envolve múltiplos atores, níveis de governo e arenas de negociação, os fóruns nacionais de gestores de políticas públicas, como o FNSEC, funcionam como arenas estratégicas para o agendamento de políticas públicas, ao articular estes agentes de diferentes unidades federativas, em torno de temas que podem pautar a agenda governamental.

John Kingdon (2014) propôs que a inclusão de temas na agenda governamental depende do alinhamento entre três fluxos relativamente autônomos: o fluxo de problemas, o fluxo de políticas e o fluxo político. De acordo com o autor, uma janela de oportunidade ocorre quando os fluxos convergem, permitindo que os fazedores de políticas avancem com uma proposta. A estrutura horizontal dos fóruns, geralmente com a participação equitativa dos entes subnacionais, proporciona a criação de alinhamentos e, com isso, influenciar a agenda federal, sobretudo em contextos de transição política ou reconfiguração institucional, como é o caso da conjuntura em que o FNSEC foi criado, como situado na introdução. É importante destacar que o processo de criação do Fórum, além da articulação entre gestores estaduais de comunicação, contou com o apoio de entidades como a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) e a Associação Nacional de Jornais (ANJ).

Como instância de governança colaborativa, o FNSEC possibilita, portanto, o fluxo de problemas, quando os secretários compartilham problemas comuns, reforçando o caráter de urgência e legiti-

4 A consulta esteve aberta por dois meses (20/11/2023 – 20/01/2024) e recebeu 339 contribuições dirigidas a nove questões-eixos. Para uma análise das demandas surgidas nesse processo ver Barbalho, 2025.

ma o tema como pauta pública; o fluxo de políticas ao propor formulação de soluções viáveis, operando como uma comunidade de políticas (*policy community*) (Kingdon, 2014); e, por fim, o fluxo político na articulação feita com diversas entidades governamentais e não governamentais, sindicatos (a exemplo da Fenaj), especialistas e formadores de opinião, aumentando sua capacidade de incidir sobre decisões, no Executivo, no Congresso, nos órgãos de controle e nos tribunais estaduais e federais.

É possível ver, na atuação desse grupo, ao incorporar, a cada encontro, a participação de especialistas, além da formação de uma comunidade de políticas uma comunidade epistêmica, ou seja, uma comunidade que reúne um conjunto de experts em determinado setor e que produzem conhecimento de modo a balizar a decisão dos *policymakers*. Como defende Claire A. Dunlop, “o conhecimento é uma mercadoria chave na definição da agenda” (Dunlop, 2016, p. 273).

A articulação para a criação do FNSEC teve como uma de suas lideranças André Nascimento Curvello, Secretário de Comunicação do Estado da Bahia, estado governado pelo PT⁵. Curvello foi eleito para presidir a entidade – institucionalizada na forma de um conselho, como se verá adiante –, em seu primeiro ano, acompanhado por Flávia Mignoni, Secretária de Comunicação do Estado do Espírito Santo (governo do PSB), como Vice-Presidente, e Ilziane Launé, Secretária de Comunicação do Estado do Amapá (governo do Solidariedade), como Secretária da entidade, bem como pelos secretários do Paraná, São Paulo e Tocantins, na Junta Fiscal (CNSECOM, 2023a).

Se a primeira diretoria (presidência, vice-presidência e secretaria) foi composta por gestores de governos progressistas, a adesão ao Fórum ultrapassou esse posicionamento político e envolveu governadores de todo o espectro político, posto que apenas quatro estados não participaram do primeiro encontro do Fórum: Goiás, Mato Grosso do Sul, Pará, Rio Grande do Sul e Santa Catarina – todos eles, com exceção do paraense, de oposição ao Governo Federal. Contudo, a adesão foi se ampliando a partir da realização dos encontros seguintes, de modo que, na quarta edição ocorrida em abril de 2024 na cidade de Belém, já teve a participação desses estados ausentes no encontro inaugural.

Na seção que segue, serão analisadas as agendas discutidas nas sete edições do Fórum ocorridas até abril de 2025, com o intuito de compreender como os gestores estaduais reagem ao momento político do Brasil contemporâneo.

AGENDAS E RESULTADOS DO FÓRUM

O 1º FNSEC ocorreu em Salvador, no dia 15 de junho de 2023. A principal deliberação deste encontro foi a criação do Conselho Nacional das Secretarias Estaduais de Comunicação (CNSECOM) e a eleição de sua primeira Presidência, já comentada na seção anterior. Com sede em Brasília, o CNSECOM deve se reunir trimestralmente e tem como funções:

5 Apesar de ser secretário de um governo petista, a trajetória de Curvello não é ligada ao partido. Formado em Comunicação Social pela Universidade Federal da Bahia, em 1987, é sócio de uma empresa de comunicação, tendo coordenado o marketing de campanhas políticas para vereador, deputado, senador, prefeito e governador. Foi secretário de Comunicação do prefeito de Salvador João Henrique (PP) e já atuava como secretário de Comunicação da Bahia desde o início do governo de Rui Costa (PT), em 2014

Funcionará como órgão permanente de coordenação e articulação dos interesses comuns das Secretarias de Comunicação dos Estados e do Distrito Federal; Proporará políticas públicas no âmbito de atuação dos governos federal, estaduais, municipais e do Distrito Federal; Participará da formulação e implementação das políticas nacionais de comunicação pública; Interagirá com todos os segmentos da sociedade política e civil, com vistas a construção de relações sociais mais justas e igualitárias, no contexto de uma ordem democrática; Promoverá a articulação entre o Ministério das Comunicações e as Secretarias de Comunicação dos Estados, do Distrito Federal e dos órgãos correlatos; e, Mobilizará as bancadas federais no Congresso Nacional para a defesa e aprovação de matérias de interesse da Comunicação Pública, por meio da apresentação de estudos e propostas normativas, como, por exemplo, o PL 2630 (CNSECOM, 2023b, p. 01).

Pela Carta de Salvador, percebe-se que o CNSECOM terá o papel tanto de proponente, quanto de formulador e de implementador de políticas públicas, atuando como um importante *policy player*, mas também como um *political player*, ao se propor articulações com os poderes executivo, legislativo e judiciário, e com a sociedade política (partidos) e civil (movimentos sociais organizados).

Essa dupla frente de atuação se manifestou nos participantes convidados e nos temas discutidos nos encontros seguintes. No segundo, ocorrido no Rio de Janeiro, em setembro do mesmo ano, os gestores fizeram um debate marcadamente político em torno da liberdade de expressão e contra a censura e o direito da sociedade ao acesso à informação. Tal postura implica, por sua vez, em compromissos, como agentes do executivo, em “campanhas, propagandas e demais ações relevantes, incluindo nos canais digitais e oficiais, capazes de alertar a população sobre a necessidade de se buscar informações em fontes confiáveis que respeitem os fundamentos da informação precisa” (CNSECOM, 2023c, p. 03).

Em Foz do Iguaçu, durante o 3º Fórum, os 21 titulares das Secretarias de Comunicação reuniram-se, entre outros agentes políticos, com o Governador do Paraná, Ratinho Junior, e o Ministro da Casa Civil da Presidência da República, Rui Costa, para sugerir políticas públicas para o setor (CNSECOM, 2023d). No encontro seguinte, em Belém, em abril de 2024, é relevante a preocupação dos gestores com uma política de comunicação pública regionalizada, “de modo que as mensagens de prestação de serviços expressem efetivamente a identidade e diversidade do nosso povo na comunicação governamental” (CNSECOM, 2024).

Também nesse encontro, uma presença importante foi a da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). A presidenta da entidade, Samira de Castro, defendeu a obrigatoriedade do diploma de jornalismo para o exercício da profissão e chamou atenção para o fato de que “há uma profusão de sites, blogs e perfis de redes sociais abertos diariamente para faturar dinheiro de governos” por “pessoas que não passaram pela formação prévia, não têm compromisso com a deontologia da profissão e agem, na maioria das vezes, atentando contra a integridade da informação”⁶.

Dentro do propósito de circular por todas as regiões do país, o FNSEC realizou seu quinto encontro em Brasília. Lá, como nas outras edições, os temas da democracia e do combate à desinformação marcaram os debates e os painéis. O tom político do Fórum foi dado pelo secretário interino de Comunicação da Presidência da República, Laércio Portela, que destacou a importância do FNSEC e a atuação do Governo Federal:

6 Disponível em: <https://fenaj.org.br/fenaj-defende-diploma-e-concurso-publico-no-4o-forum-nacional-das-secretarias-estaduais-de-comunicacao/>. Acesso em: 24 jun. 2025.

Estamos realizando um esforço significativo para comunicar com as diferentes regiões do país, levando em consideração a diversidade cultural e a importância de abordar temas locais, buscando estabelecer uma comunicação mais próxima dos cidadãos. Também queremos estruturar a comunicação digital para lidar com fake news, incluindo a responsabilização daqueles que as espalham. É importante construir redes de comunicação pública para dar uma resposta articulada à desinformação. A transparência e a criação de campanhas publicitárias sobre fake news também são necessárias⁷.

O principal ponto político do 6º Fórum foi agendado pelo acórdão n. 2188/24 do Tribunal de Contas da União que estabelece boas práticas na gestão dos recursos públicos voltados para a comunicação dentro do mercado publicitário. O documento determina que o Governo Federal adote medidas para que as campanhas publicitárias sigam critérios como memória de cálculo para o valor estimado do custo inicial, métricas mínimas e padronizadas, indicadores e metas para mensuração da consecução dos resultados pretendidos com as demandas de campanhas. A obrigatoriedade do cumprimento da decisão do TCU está restrita ao âmbito federal, mas os secretários discutiram a necessidade de seguir com as determinações no nível estadual. A questão entrou na Carta assinada pelo Fórum e foi criado um grupo de trabalho, em parceria com diversas entidades, para desenvolver um manual de contratos de publicidade.

No último encontro do FNSEC até o presente, realizado em Fortaleza, se destaca a presença do recém-empossado secretário de Comunicação da Presidência da República, Sidônio Palmeira, que assumiu o cargo com o desafio de reverter a crescente queda de popularidade do governo Lula. O tema de sua fala foi “O Brasil dando a volta por cima: os desafios de uma comunicação pública que chegue a cada cidadão”, quando afirmou que sua grande tarefa era “fazer com que a comunicação chegue na ponta, que o cidadão seja bem informado”. Na ocasião, os gestores estaduais defenderam junto ao ministro a inserção do CNSECOM nas discussões de pautas de interesse comum e que influenciem nas políticas públicas de comunicação das unidades da federação. No documento entregue a Sidônio, os signatários reivindicam que “o Conselho possa integrar grupos de trabalho e outros fóruns nos quais possa atuar tecnicamente em temas como Lei da Publicidade, Regulação de Mídias e Plataformas, Combate à Desinformação, entre outros”⁸.

De modo geral, a partir do que foi exposto até agora e ao se analisar o conjunto dos temas abordados nos sete encontros do Fórum (Quadro 01), percebe-se que há uma mescla de agendas pragmáticas, como campanhas contra dengue e de prevenção ao câncer de próstata, por exemplo, e técnicas, como o papel da IA, até pautas políticas mais delicadas como o papel da desinformação na crise política brasileira.

7 Disponível em: <https://www.portal.ap.gov.br/noticia/0506/5-ordm-forum-nacional-das-secretarias-de-comunicacao-debate-os-impactos-da-inteligencia-artificial-na-informacao-publica>. Acesso em: 24 jun. 2025.

8 Disponível em: <https://www.ceara.gov.br/2025/04/04/palestra-do-ministro-sidonio-palmeira-encerra-encontro-de-secretarios-estaduais-de-comunicacao-em-fortaleza/>. Acesso em: 24 jun. 2025.

Quadro 01: Principais Resoluções e Temas Discutidos nos encontros do FNSEC

Edição	Local	Data	Principais Resoluções e Temas Discutidos
1ª	Salvador (BA)	Jun/2023	Criação do Conselho Nacional das Secretarias Estaduais de Comunicação
2ª	Rio de Janeiro (RJ)	Set/2023	Criação da Comissão Permanente de Combate às Fake News no âmbito do CNSECOM; Liberdade de expressão; fake news; fortalecimento da comunicação pública.
3ª	Foz do Iguaçu (PR)	Nov/2023	Prevenção contra o câncer de próstata; luta contra o racismo; promoção da responsabilidade social; informação educativa, cultural e transparente; mensurar a eficiência da comunicação pública.
4ª	Belém (PA)	2024	Redes sociais como ferramenta de troca de informações e aprimoramento da prestação dos serviços públicos e atendimento às necessidades da sociedade; política de comunicação regionalizada; combate à Dengue através da campanha publicitária; regulamentação da profissão de jornalista.
5ª	Brasília (DF)	2024	Combate às Fake News; inteligência artificial na comunicação pública; desafios da comunicação pública no século XXI
6ª	Campo Grande (MS)	2024	Brasil pós-eleições, impactos políticos, papel do digital na gestão pública, auditoria de gastos em propaganda, legislação e boas práticas nas despesas públicas com publicidade, estratégias no TikTok, legislação digital para comunicação pública
7ª	Fortaleza (CE)	Abril/2025	Gestão de crise em tempo real, legislação da publicidade governamental, comunicação digital, publicidade institucional, papel das redes sociais como ferramentas de informação e prestação de contas

Fonte: CNSECOM 2023a; 2023b; 2023c; 2023d; Banco de dados da pesquisa.

Por fim, vale destacar o primeiro produto do Conselho, lançado no Fórum de Fortaleza, o Manual de Boas Práticas para Governos em Redes Sociais que oferece “orientações para planejamento estratégico, diversidade e representatividade na hora de comunicar, monitoramento e gestão de crise, ética, transparência, métricas e dados”⁹. Segundo Igor Marques, secretário de Comunicação do Rio de Janeiro e presidente do Fórum, a cartilha, elaborada por especialistas com contribuições dos secretários estaduais, funciona como um “código de conduta da nossa presença digital”¹⁰. Na introdução do documento, lê-se que:

⁹ Disponível em <https://www.cnsecom.com.br/carta-compromisso-manual-de-boas-praticas-revisao-da-lei-de-publicidade-e-presenca-do-ministro-da-secom-marcam-o-7o-forum-nacional-das-secretarias-estaduais-de-comunicacao/>. Acesso em 2 jun.2025.

¹⁰ Disponível em <https://www.folhamax.com/cidades/manual-traz-boas-praticas-para-governos-em-redes-sociais/484866>. Acesso em 2 jun.2025

As redes sociais permitem que o governo alcance diversos públicos de forma rápida e eficaz, democratizando o acesso à informação. Isso é especialmente crucial em momentos de crise, quando é preciso transmitir orientações claras e imediatas. Mas o papel das redes vai além de informar: elas estimulam o engajamento, possibilitando que a população interaja, comente e contribua para a formulação de políticas públicas.

Construir um relacionamento sólido e duradouro com a sociedade é um aspecto central da comunicação digital governamental. Esse vínculo deve ser sustentado por conteúdos relevantes, transparentes e imparciais, respeitando os princípios da administração pública, como legalidade e moralidade. Assim, a comunicação nas redes sociais não apenas divulga ações, programas e campanhas, mas também educa e orienta os cidadãos sobre seus direitos e deveres, fomentando uma cidadania mais informada e participativa (CNSECOM, 2025, p. 03).

Levando em consideração que o Manual foi validado por todos os secretários do Fórum, é relevante o destaque dado ao papel da comunicação digital para a democracia e a participação, além da sua função informativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise empreendida neste artigo permite concluir que o Fórum Nacional das Secretarias Estaduais de Comunicação (FNSEC) constitui uma experiência recente, porém significativa, de articulação federativa no campo das políticas públicas de comunicação no Brasil. Sua criação, em 2023, deve ser compreendida no contexto de um ambiente político marcado pela reconfiguração institucional, pelos efeitos deletérios do desmonte da comunicação pública nos governos anteriores e pelo desafio de reestabelecer a confiança nas instituições estatais de informação, fortemente abalada pela difusão de desinformação e pela crescente polarização política.

A partir de uma atuação pautada na horizontalidade e no pluralismo político de seus integrantes, o FNSEC tem se consolidado como uma arena relevante para a formulação e negociação de pautas comuns às secretarias estaduais de comunicação. O Fórum articula agendas técnicas e políticas, transitando entre o papel de ator formulador de políticas públicas (*policy player*) e ator político-institucional (*political player*), o que lhe confere um protagonismo crescente na governança da comunicação pública no país. Nesse sentido, o FNSEC pode ser interpretado como um mecanismo facilitador da convergência entre o fluxo de problemas, o fluxo de políticas e o fluxo político, abrindo janelas de oportunidade para a inserção do tema da comunicação na agenda governamental.

A constituição do CNSECOM e os temas abordados ao longo das sete edições do Fórum — desde questões operacionais, como campanhas de saúde e comunicação digital, até pautas estruturantes, como a regulamentação das redes sociais e o combate à desinformação — demonstram a capacidade do FNSEC de articular respostas coletivas a desafios contemporâneos. A validação consensual do Manual de Boas Práticas para Governos em Redes Sociais, elaborado com base em princípios de transparência, representatividade e legalidade, reforça o papel do Fórum como uma comunidade de políticas e, simultaneamente, uma comunidade epistêmica.

Ainda que enfrentando possíveis resistências político-institucionais, o FNSEC representa um esforço relevante de institucionalização da comunicação pública no Brasil, especialmente por sua capacidade de fomentar práticas colaborativas, induzir diretrizes comuns entre entes subnacionais e disputar a agenda pública de forma legítima. Ao fortalecer a comunicação como dimensão estratégica da gestão pública e da democracia, o Fórum aponta para a construção de um novo paradigma federativo de governança comunicacional, ancorado na articulação entre Estado e sociedade e na defesa de valores republicanos.

REFERÊNCIAS

- Amaral, Clarissa Maria de Azevedo. **Comunicação pública e participação política: estratégias governamentais de uso das tecnologias de informação e comunicação na Bahia (2007-2012)**. 358 f. Tese (doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2014.
- ANDREATA, Anderson Antonio. **Impactos neoliberais nas políticas de comunicação no Brasil e na Argentina**. 2020. 188 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano, Niterói, 2020.
- ANJOS, Mayara Abadia Delfino. Políticas Públicas de Comunicação nos Planos de Governos dos Candidatos à presidência do Brasil nas eleições 2014. **Revista GeTeC**, v. 4, n. 7, 2015.
- BARBALHO, Alexandre. Mídia negra e demandas da sociedade: uma análise da consulta pública sobre o Plano Nacional de Comunicação Antirracista. **Comunicação & Inovação**, v. 26, 2025.
- BARBALHO, Alexandre; MOREIRA, Gabrielle D’Annunzio Cavalcanti. E-participação nos governos Cid Gomes e Camilo Santana (2011-2018): Uma avaliação do banco de ideias. **Revista Agenda Política**, v. 9, n. 3, p. 218-242, 2021.
- BOLAÑO, César. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.
- CNSECOM. **Ata de criação do Conselho Nacional das Secretarias Estaduais de Comunicação**. Salvador, 2023a. Disponível em: <https://cnsecom.com.br/wp-content/uploads/2024/01/Ata-de-Criacao-do-CONSEC.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2025.
- _____. **Carta de Salvador**. Salvador, 2023b. Disponível em: <https://cnsecom.com.br/wp-content/uploads/2024/04/Documento-sem-titulo-13.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2025.
- _____. **Carta-Compromisso das Secretarias de Comunicação dos Estados do Brasil**. Rio de Janeiro, 2023c. Disponível em: <https://cnsecom.com.br/wp-content/uploads/2024/04/CARTA-COMPROMISSO-2o-FORUM-NACIONAL.pdf-1.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2025.
- _____. **Carta de Foz de Iguaçu**. Foz de Iguaçu, 2023d. Disponível em: https://cnsecom.com.br/wp-content/uploads/2024/04/carta_forum_secom_parana_1.pdf-1.pdf. Acesso em: 16 jun. 2025.
- _____. **Carta de Belém**. Belém, 2024. Disponível em: https://www.cnsecom.com.br/wp-content/uploads/2024/06/CartaCompromisso_4FN_Belem_CONSEC_06062024.pdf. Acesso em: 16 jun. 2025.
- _____. **Boas práticas para governos em redes sociais**. Disponível em: https://www.cnsecom.com.br/wp-content/uploads/2025/04/BOAS-PRATICAS-PARA-GOVERNOS-EM-REDES-SOCIAIS-FN-SECOM_DIGITAL.pdf. Acesso em: 16 jun. 2025.
- CURTIN, Michael. Política de comunicação no século XXI: do interesse nacional à gestão cultural. **MATRIZES**, v. 9, n. 1, p. 13-28, 2015.
- DOBRY, Michel. **Sociologia das crises políticas**. São Paulo: Unesp, 2014

DUNLOP, Claire A. Knowledge, epistemic communities, and agenda setting. *In: ZAHARIADIS, Nikolaos (ed.). Handbook of public policy agenda setting*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2016. p. 273-296.

KINGDON, John. **Agendas, alternatives and public policies**. Edinburgh: Pearson, 2014;

LOPES, Ivonete. Política de comunicación en los planes de gobierno del Partido de los Trabajadores (PT) entre 1989-2014. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 138, p. 333-347, 2018.

OLIVEIRA, Klycia Fontenele. Conselho de Comunicação Social do Ceará: a construção da opinião pública pelo discurso jornalístico. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Manaus, 2013.

OLIVEIRA PAULINO, F. et al. (2022). Políticas de Comunicação no Brasil: Uma visão geral dos dois primeiros anos do governo Jair Bolsonaro. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, n. 24, v. 2, p. 115-134, 2022.

ROCHA, Wagner Luiz Taques da. **Comunica SP: Desafios para o desenvolvimento de um plano de comunicação pública da Prefeitura de São Paulo**. 2019. 164 f. Dissertação (mestrado) - Universidade de São Paulo, Pós-Graduação em Gestão de Políticas Públicas, São Paulo, 2019.

SILVA, Lourdes Karoline Almeida. Uso ideológico da pandemia de covid-19 na consolidação do extremismo de direita no Brasil. **Revista de Políticas Públicas**, v. 29, n. 1, p. 275-294, 12 jun. 2025.

SMITH, Andy. Uma economia política sociológica: as políticas públicas como componentes das instituições capitalistas. In: OLIVEIRA, Osmany. (org.) **Sociologia política da ação pública: teorias, abordagens e conceitos**. Brasília: Enap, 2021.

STEVANIM, Luiz Felipe. O público em disputa: debates sobre a televisão pública nas políticas brasileiras de comunicação. **Revista Eptic Online**, v. 15, n. 2, 2013.

VELOSO, Ana; PAIXÃO, Patrícia; MELO, Paulo Victor. “Um museu de grandes novidades”: os (des) caminhos do setor das comunicações no terceiro governo Lula. **Le Monde Diplomatique Brasil**. 5 de julho de 2024. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/um-museu-de-grandes-novidades-os-descaminhos-do-setor-das-comunicacoes-no-terceiro-governo-lula/>. Acesso em: 02 jun. 2025.

Submissão: 24/06/2025

Aceite: 23/10/2025