



NARRATIVAS DE INTERESSE PÚBLICO: *as cidades que queremos*

Paulo Antônio de Sousa Marquêz¹
Fábio Henrique Mascarenhas²
Paulo Celso da Silva³

Alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs), da Organização das Nações Unidas, por meio da Agenda 2030, só será possível se organizações da sociedade civil trabalharem para o cumprimento das metas dos ODSs. Diante desse cenário, o Laboratório de Inovação da Câmara Municipal de Sorocaba, em parceria com a Agência Metropolitana de Sorocaba e o Grupo Internacional de Pesquisa Mídia, Cidade e Práticas Socioculturais (MidCid) da Universidade de Sorocaba idealizaram um projeto de comunicação de interesse público para disseminar as propostas dos ODSs e sensibilizar 27 cidades da Região Metropolitana de Sorocaba (RMS), sobre a importância dos cidadãos pensarem e agirem em busca de ambientes sustentáveis nos espaços urbanos. Transmitido semanalmente ao vivo, via aplicativo Zoom, pela TV Legislativa, Rádio Câmara e mídias sociais da Câmara Municipal, o programa de TV **Cidades Metropolitanas 2030** foi produzido em home office e se diferenciou pelo contexto no qual surgiu – durante a pandemia – e pelo processo de idealização pelo qual ficou caracterizado:

- 1) Conceito, que contemplou premissas de comunicação pública de Pierre Zémor, Elizabeth Pazito Brandão e Jorge Duarte;
- 2) Conteúdo, contextualizado pelas diretrizes da Agenda 2030;
- 3) Narrativa, por meio da Linguagem Simples, uma técnica de comunicação para transmitir informações de maneira clara e objetiva, proposta por Heloisa Fischer; e
- 4) Estética, vivências que refletissem sobre o presente e apontassem transformações e sugestões de boas práticas que contribuíssem para implementação dos ODSs. A construção dos temas se deu pela técnica de Curadoria de Conteúdo, que contextualizou os pilares da Agenda 2030 em cinco perspectivas:

- 1) Pessoas, ODSs 1, 2, 3, 4, 5 e 10 (erradicar a pobreza, acabar com a fome, promover uma agricultura sustentável, assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, assegurar a educação de qualidade, alcançar a igualdade de gênero e reduzir as desigualdades);

¹ Doutorando e Mestre em Comunicação e Cultura – PPGC/Universidade de Sorocaba (Uniso). Pesquisador do Grupo Internacional de Pesquisa em Mídia, Cidade e Práticas Socioculturais (MidCid). Brasil. E-mail: paulomarquez,rp@gmail.com

² Mestre em Comunicação e Cultura – PPGC (Uniso). Coordenador do curso de Relações Públicas (Uniso). Brasil. E-mail: fabio.mascarenhas@prof.uniso.br

³ Doutor em Geografia Humana – Universidade de São Paulo (USP). Professor Titular do PPG Comunicação e Cultura (Uniso). Brasil. E-mail: paulo.silva@prof.uniso.br



2) Prosperidade, ODSs 8, 9 e 11 (promover o trabalho decente e crescimento econômico, indústria, inovação e infraestrutura e tornas as cidades e comunidades sustentáveis); 3) Paz, ODS 16 (promover sociedades pacíficas, justas e inclusivas); 4) Parcerias, ODS 17 (implementar a Agenda 2030 por meio de uma parceria global sólida); e 5) Planeta ODSs 6, 7, 12, 13, 14 e 15 (proteger os recursos naturais e o clima do nosso planeta para as gerações futuras). Ao todo, entre agosto e dezembro de 2021, foram exibidos 18 episódios de uma hora cada, em que os telespectadores foram convidados a refletir sobre o significado dos ODSs, como implementá-los em nível local e a conhecer experiências e práticas de políticas públicas, nos municípios, com foco nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Além disso, o programa inspirou prefeituras, câmaras municipais e organizações da sociedade civil da Região Metropolitana de Sorocaba, a disseminar conhecimentos sobre o tema, para sensibilizar, mobilizar e capacitar os gestores públicos e a sociedade civil, na elaboração de políticas públicas, de acordo com as necessidades, aspirações, contextos, realidades e culturas das cidades.

Palavras Chave: Agenda 2030; Cidades; Comunicação Pública; Objetivos de Desenvolvimento Sustentável; Participação.

Referências:

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Organizador). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2009.

CORTELLA, Mario Sergio. DIMENSTEIN, Gilberto. *A era da curadoria: o que importa é saber o que não importa*. Campinas, SP: Papirus 7 Mares, 2015.

FISCHER, Heloisa. *Clareza em textos de e-gov, uma questão de cidadania*. Rio de Janeiro: Com Clareza, 2018.

Plataforma Agenda 2030. *A Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável*. Página inicial. Disponível em: <<http://www.agenda2030.com.br/sobre/>>. Acesso em: 18 de abr. de 2022.

ZÉMOR, Pierre. As formas da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Organizador). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2009.