



A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais¹

Heloiza MATOS²

Faculdade Casper Líbero, São Paulo, SP

RESUMO:

O objetivo desse artigo é discutir alguns dos principais desafios conceituais enfrentados pela pesquisa em comunicação pública no Brasil e na França. Argumento que a comunicação pública não deve ser confundida com a comunicação governamental e nem se restringir às estratégias de personalização e difusão de informações. Ela se relaciona mais profundamente com as noções de cidadania, participação e engajamento cívico, considerando a necessidade de espaços e dinâmicas discursivas que permitam a expressão e a justificação pública de interesses plurais. É a ênfase no dissenso produtivo que permite à comunicação pública descortinar os contextos de negociação e conflito que subjazem à comunicação governamental. No âmbito local, as tecnologias de informação e comunicação estão contribuindo para ampliar e fortalecer os espaços de entrecruzamento dos discursos estatais e cívicos, o que tende a reduzir as distâncias entre as informações políticas e as informações mediatizadas.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação pública; cidadania; participação; âmbito local; TIC's.

RÉSUMÉ:

L'objectif de cet article est de discuter certains des principaux défis conceptuels affrontés par la recherche en communication publique au Brésil et en France. J'argumente que la communication publique ne doit pas être vue comme synonyme de communication gouvernementale et ni comme le résultat des stratégies de personnalisation et de diffusion d'informations. Elle s'articule plus profondément avec les notions de citoyenneté, de participation et d'engagement civique. Ainsi elle a besoin d'un espace public qui permet l'expression et la justification collective d'intérêts pluriels. L'accent dans la dissidence productive permet à la communication publique de révéler les contextes de négociation et le conflit subjacent à la communication gouvernementale. Dans le contexte local, les technologies d'information et de communication contribuent pour élargir et fortifier les espaces d'entrecroisement des discours des acteurs gouvernementales et civiques, ce qui tend à réduire les distances entre les informations politiques et les informations médiatisées.

MOTS-CLEFS: communication publique, citoyenneté, participation, espace local, TIC's.

¹ Trabalho apresentado no IX Colóquio Brasil-França de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 3 e 4 de setembro de 2009.

² Profa. Dra. do Programa de Pós-Graduação da Casper Líbero, email: heloizamatos@gmail.com



Introdução

A definição de comunicação pública tem enfrentado vários desafios no campo da Comunicação Social. O primeiro, e talvez o principal deles, é a confusão que recorrentemente se estabelece entre as noções de comunicação governamental e comunicação pública. Na França, as pesquisas de Caroline Ollivier-Yaniv (2002) e Boris Libois (2002) vêm apontando para a necessidade de se traçar interseções e, ao mesmo tempo, distinções entre tais noções. De um lado, a comunicação governamental abrange o processo de difusão de mensagens e rotinas da comunicação social de agentes administrativos, explicitadas ou não em suportes legais que regulamentam as comunicações internas e externas do serviço público. De outro lado, a comunicação pública envolve, como destaca Elisabeth Brandão (2007), o processo de interlocução que dá origem a uma esfera pública de diálogo e debate entre Estado, governo e sociedade, na qual temas de interesse coletivo e interesses plurais são discutidos e negociados. Embora esses conceitos não sejam pólos extremos em uma linha de possibilidades comunicativas entre agentes políticos e cívicos, é preciso estabelecer de modo mais claro suas convergências e divergências.

Na verdade, tanto os autores franceses quanto os brasileiros salientam que é correto afirmar que a comunicação governamental possui pontos de interseção com a comunicação pública. Contudo, pesquisas feitas por estudiosos brasileiros ainda são mais contundentes ao afirmar que a comunicação pública se relaciona mais profundamente com as noções de cidadania, participação e engajamento cívico. Assim, em um primeiro momento, me dedico a esclarecer alguns aspectos da comunicação governamental, salientando sua afirmação como um elemento estratégico da mediação entre os atores cívicos e o governo e seu papel na configuração de uma imagem de “Estado anunciante”. Em um segundo momento, exploro a noção de comunicação pública e argumento a favor de sua adequação a novas formas locais de vivências democráticas. Por fim, enumero alguns dos principais desafios que pesquisadores brasileiros e franceses devem enfrentar ao desenvolverem uma abordagem de processos comunicacionais a partir de operadores conceituais ligados à comunicação pública.



A comunicação governamental e o Estado anunciante

A comunicação governamental visa organizar e publicizar informações de modo a criar e/ou reforçar o vínculo social entre os parceiros da ação pública (Mégard e Deljarrie, 2003). Para Ollivier-Yaniv (2002), esse tipo de comunicação requer que o Estado aprenda a se comportar como anunciante, traduzindo suas mensagens para diferentes meios de comunicação, atingindo públicos diferenciados e otimizando custos.³ O Estado opera de modo estratégico, visando interferir não só na construção de sua imagem pela opinião pública, mas também influenciar os comportamentos e atitudes dos cidadãos, os quais devem ser convencidos de que o governo age em prol do bem-comum.

Nesse sentido, a comunicação das instituições é fortemente privilegiada sob a perspectiva francesa. Segundo Michel Le Net (1981), a comunicação do governo consistiria em uma série de práticas e mensagens que partem das instituições públicas e que se legitima quando confere destaque à figura do cidadão. Este último deve ter acesso à informação e precisa ser encarado como interlocutor. Mas como garantir legitimidade às ações do governo sem investir em uma concepção de comunicação governamental desatrelada da noção de espaço público de debate e troca de argumentos? Como valorizar o cidadão sem atribuir-lhe o status de agente capaz de participar de processos decisórios e deliberativos? Sob esse aspecto, o conceito de Estado anunciador se revela incapaz de auxiliar na avaliação de processos comunicativos que não se restringem à difusão de informações.

Como argumenta Brandão (2007), a comunicação pública identificada como comunicação governamental teria preocupações em trabalhar com a informação voltada para a cidadania. Contudo, isso se daria não por meio do embate argumentativo na esfera pública entre atores políticos e cívicos, mas sim por meio de quatro ações principais. Primeiro, o governo investiria na divulgação de campanhas ligadas aos direitos dos cidadãos (assistência social, moradia, saúde, empregos, etc.), despertando o sentimento cívico. Tais campanhas se voltam para a apresentação e instrução a respeito de novos dispositivos de auxílio, se caracterizando também como ação de prestação de

³ Na França, é por meio da ação do SIG (Service d'Information du Gouvernement) que se fundamentou a idéia de um Estado anunciante. Ele é o órgão encarregado de organizar as ações de comunicação do aparelho governamental. Associam-se ao SIG os atores administrativos e políticos (nos ministérios e secretarias de Estado), os prestadores de serviço que respondem às convocações para a elaboração de campanhas e, em menor proporção, os jornalistas, pesquisadores e universitários (Ollivier-Yaniv, 2002).



contas diante da opinião pública. Segundo, o governo também se volta para campanhas de prevenção social (higiene, segurança, educação, etc.), que visam alterar comportamentos e mentalidades, gerenciando condutas e difundindo normas de civilidade. Terceiro, o governo pode convocar os cidadãos para o cumprimento de seus deveres (alistamento militar, declaração do imposto de renda, etc.). E quarto, o governo usa as campanhas para melhorar sua imagem pública, sobretudo em contextos eleitorais. Como lembra Canel (2007), a simbologia associada à comunicação do governo (bandeiras, insígnias, slogans, logotipos, etc.) faz parte das fórmulas retóricas que, transmitidas através de diferentes mídias, objetivam construir um quadro compartilhado de sentidos que permitam rápido acesso à consciência e à confiança dos cidadãos.

De certo modo, é possível imaginar que essas ações possam convocar o debate público. Afinal, quando o governo presta contas de seus atos ou inações, os cidadãos se sentem convocados a emitir suas opiniões e a se posicionarem diante de um problema coletivo. Mas não se pode afirmar que a comunicação governamental mobiliza o engajamento cívico, pois ele depende de que os cidadãos deixem de ser vistos apenas como “beneficiários” das ações do governo e passem a ser vistos como parceiros moralmente capazes de formular, expressar e defender seus pontos de vista em processos deliberativos e decisórios. Mudar o status dos cidadãos envolve mais do que estratégias de convencimento, publicização de feitos e regulação social. Assim, é preciso investir no diálogo e na busca coletiva pelo entendimento, visando à solução de questões de interesse público.

A comunicação pública envolve a presença de espaços e dinâmicas discursivas que permitam a expressão e a justificação pública dos interesses sustentados por diferentes categorias de atores. É a ênfase no dissenso produtivo que permite à comunicação pública descortinar os contextos de negociação e conflito que subjazem à comunicação governamental.

A comunicação pública e sua relação com novas experiências democráticas

A informação voltada para a promoção da cidadania não pode prescindir de fóruns institucionais adequados ao debate e à troca de argumentos entre atores cívicos e



governamentais. A noção de cidadania está intimamente ligada à participação política e ao engajamento cívico. A associação entre essas condições vem se expressando de maneira mais intensa no âmbito das municipalidades. É no contexto local que a descentralização dos governos (e a conseqüente necessidade de articular os diferentes setores administrativos e os cidadãos) permite destacar a importância das interfaces criadas pelos meios de comunicação na articulação política local. A necessidade de garantir visibilidade às ações do governo local, sua responsividade perante os cidadãos, e a integração dos diversos serviços e setores institucionais conferem destaque à centralidade dos meios de comunicação como ferramenta de mediação da governança local – acentuando que as dinâmicas municipais não são unilaterais. Uma ação municipal deve refletir o interesse coletivo, sendo também o resultado de uma participação alargada das populações nos problemas e nos interesses municipais (Bourdin, 2001).

Nesse sentido, é preciso destacar a contribuição de Zémor (2005) para a normatização da comunicação pública e para seu entendimento enquanto promotora de um diálogo voltado para a cidadania. Para esse autor, a comunicação pública deve zelar pela prevalência do interesse coletivo, promovendo a troca e a partilha de informações de “utilidade pública”. Segundo ele, a boa comunicação das instituições públicas requer transparência, qualidade dos serviços oferecidos e respeito ao diálogo. No entanto, Zémor não aprofunda sua discussão e nem se remete a uma necessária redefinição dos desenhos institucionais do Estado para dar origem a espaços de interlocução entre as instituições e seus públicos.

Muitos dos autores franceses centram o foco de sua análise da comunicação pública na capacidade que as instituições possuem de auto-definição, de explicitação de seus objetivos, de justificação pública de suas ações e de desenvolvimento de mecanismos capazes de implicar outros setores e atores políticos e sociais em seus projetos e as ações. Para eles, a identidade e a legitimidade de uma instituição pública estão diretamente ligadas às articulações comunicativas que ela estabelece com seu entorno (Martín Algarra, 2003; Gosselin, 1995; Miège, 1996).

Entretanto, a comunicação pública não pode ser concebida apenas como o conjunto de capacidades auto-organizativas e autônomas das instituições administrativas, desconsiderando os fluxos de informação e padrões de relacionamento que envolvem atores do Estado e da sociedade.



Argumento que a comunicação pública deve ser pensada como um processo político de interação, no qual prevalecem a expressão, a interpretação e o diálogo construídos em uma esfera pública inclusiva e participativa. É preciso salientar que o entendimento da comunicação pública como dinâmica voltada para as trocas comunicativas entre instituições e a sociedade é relativamente recente. Por isso, a idéia norteadora do conceito de “comunicação pública” visa incluir os atores sociais emergentes na esfera pública; atores com capacidade para debater e formular propostas de ações ou de políticas públicas que beneficiem a sociedade (Matos, 2006).

Ao longo de meus estudos, venho propondo que a comunicação pública seja entendida como processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade; um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país (Matos, 2000, 2007, 2009). A *comunicação pública* exige a participação da sociedade e seus segmentos. Não apenas como receptores da comunicação do governo e de seus poderes, mas também como produtores ativos do processo. Ele inclui, portanto, o Terceiro Setor, a Mídia e o Mercado como agentes e instâncias institucionais, mas igualmente os outros agentes – estejam eles vinculados ou não a instituições ou associações formais.

Mas para que um espaço de interlocução seja instaurado entre esses diferentes atores, é preciso avaliar processos políticos e sociais que vêm constantemente ressaltando e abrindo espaço para uma participação concreta dos agentes cívicos nesse espaço. É preciso também buscar, além da tendência dominante do marketing como linguagem da comunicação política, a presença de grupos sociais com vários níveis de organização, capazes de encontrar espaços e mídias para a manifestação de diferentes vozes e demandas. Brandão afirma que “a comunicação pública é parte integrante da vida política da sociedade e, como tal, ela não é um poder em si, mas o resultado do poder do cidadão quando organizado e consituído como sociedade civil” (2007, p.30).

Sob esse viés, é principalmente o ideal participativo que faz do local um espaço propício ao entendimento da comunicação pública como meio de renovação de práticas democráticas relacionadas à vivência direta de problemas e à busca de soluções. Como destaca Bourdin, é na escala local que alguns problemas da vida diária, como aqueles ligados à organização dos serviços públicos, podem ser regulados: “A solidariedade e a sociabilidade podem se desenvolver dentro de redes muito dispersas, mas muitas vezes mais fáceis de criar quando se apóiam em vínculos de proximidade” (2001, p.13).



O local se define, assim, como o nível de organização da mediação social. Mas como se realiza essa mediação? A comunicação entre governantes e governados precisa ser elaborada de modo a possibilitar a expressão das vontades e demandas da população e, ao mesmo tempo, constituir formas de legitimação dos objetivos, políticas e critérios de gestão dos governos municipais. Neste sentido, Brandão concebe a comunicação pública como “processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o governo e a sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública no país” (2007, p.31).

Há, nesse sentido, a necessidade de investir em meios de comunicação que promovam uma maior interação entre atores cívicos e políticos. Assim, a necessidade do aprimoramento dos canais de comunicação disponíveis para a interlocução com os cidadãos pode criar as condições para o ressurgimento do conceito de comunicação pública, seja no formato de jornalismo de serviço (principalmente no rádio ou programas de tv locais e/ou regionais) ou em redes educativas e/ou culturais, na proposta de jornalismo público. Mas é importante dizer que a comunicação pública depende de outras especificidades não unicamente presentes nas políticas públicas de comunicação. Tais especificidades estão ligadas à qualidade das interações nas redes sociais que participam da constituição tanto da comunicação pública quanto do capital social – por meio da reciprocidade, das interações e buscas cooperativas de resultados que tragam ganhos coletivos (Matos, 2009).

Todavia, a universalização dos canais físicos de trocas de informação não garante, necessariamente, nem a visibilidade nem o debate dos assuntos de real interesse público. O silêncio (a não-participação) de uma infinidade de agentes (em virtude de problemas de acesso e de não reconhecimento de sua capacidade de se expressar) poderia ocorrer mesmo com a criação de espaços de expressão de idéias e opiniões nas esferas públicas externas.

O problema principal consiste no fato de que os meios de comunicação de massa são os principais locais de intercâmbio de informações públicas da atualidade, constituídos em “campos de batalha” formatados em funções de regras de mercado, limitando a participação e espetacularizando o debate. Neste sentido, a comunicação pública pode estar sendo vista como um discurso “em separado” nas relações comunicativas entre governo e cidadão (Miège, 1996). De um lado, estaria o discurso do



Estado: uma comunicação oficial, informativa ou persuasiva; de outro ficariam as informações incorporadas ao universo geral das mídias, informações sintetizadas, recortadas e colocadas em um espaço de entretenimento. Seria preciso, assim, estipular critérios objetivos para definir o interesse e a utilidade das informações trocadas pelos agentes. Do contrário, o debate público corre o risco de privilegiar questões que representem o interesse de um ou mais públicos específicos, desvirtuando, na origem, qualquer utilidade que se queira pública.

As tecnologias de informação e comunicação (TIC's) estão contribuindo para ampliar e fortalecer os espaços de entrecruzamento dos discursos estatais e cívicos, o que tende a reduzir as distâncias entre as informações políticas e as informações mediatizadas.

O impacto da internet na comunicação pública

Teóricos franceses como Isabelle Pailliar e Philippe Bouquillion (2006) defendem o argumento de que as ações do governo, para serem postas em prática, requerem, cada vez mais, o domínio e o uso de dispositivos que acompanham as tecnologias de comunicação e informação. São essas tecnologias que, em grande parte, permitem ao governo a configuração de um mecanismo de prestação de contas à população, de canais de comunicação para o exercício e a atualização da palavra pública.

Recentemente, as tecnologias de comunicação e informação têm suscitado um debate sobre as contribuições que a internet oferece à implementação de efeitos democráticos ligados à participação política dos cidadãos. Contudo, nem sempre os espaços de interlocução existentes nos sites institucionais promovem um debate inclusivo e crítico entre atores cívicos e políticos de modo a interferir em processos decisórios. Na maioria das vezes, os cidadãos recorrem aos sites não para deliberarem ou se engajarem em discussões políticas, mas para descobrir como fazer para pagar impostos, exercer direitos ou obter informações sobre serviços públicos. Assim, não se pode afirmar precipitadamente que a simples existência de interfaces virtuais de comunicação entre o governo local e os cidadãos gera um tipo de democracia eletrônica. É preciso também levar em consideração a disponibilidade e a vontade que os cidadãos apresentam para se confrontarem em um debate público, seja ele mediado ou não. O



modo como essa comunicação é estabelecida (e uma efetiva partilha do poder) deve ser considerado antes de afirmarmos a existência de tal tipo de atividade democrática. Como salientam Bouquillion e Pailliar, a expressão democracia eletrônica aponta para “a tentativa de renovação da esfera política, a busca de temas consensuais e estratégias de valorização dos poderes locais” (2006, p.32).

É possível perceber que grande parte dos sites institucionais de governos municipais volta-se, primeiramente, para a necessidade de valorizar o território, as ações voltadas para o desenvolvimento local, a memória afetiva da população com relação à cidade em que vivem e, sobretudo, para estabelecer possibilidades de acesso rápido a informações institucionais. Nesses sites, sobretudo aqueles das municipalidades brasileiras⁴, é comum perceber um tratamento da territorialidade local não só como uma espécie de espaço de representações ou cartão de visitas, mas também, e principalmente, como espaço de práticas sociais e discursivas. De forma geral, os sites institucionais de prefeituras aparecem como espaços de centralização de informações, recolhidas junto aos diferentes setores da administração local e regional. A disponibilização de tais informações possibilita, por sua vez, uma maior troca comunicativa entre os cidadãos e entre estes e seus governantes.

O espaço eletrônico da comunicação pública local é certamente marcado por uma profusão de discursos, sustentados pelos governantes, pelos representantes de associações ou por militantes partidários. Assim, é possível distinguir, nele, as informações institucionais (ligadas às ações formais e à vida municipal), as informações cidadãs (oriundas principalmente de consultas públicas) e as informações políticas (correspondentes às decisões tomadas pelos governantes). Loiseau (2000) afirma que é possível identificar três grandes categorias de informações nos sites institucionais de governos locais:

- a) as informações políticas da municipalidade: o resultado de eleições, o discurso do representante político, a agenda de reuniões dos conselhos municipais, etc.;
- b) as rubricas (ou linques) ligadas ao diálogo entre governantes e governados: participação de listas e/ou fóruns de discussão, envio de e-mail aos governantes,

⁴ Destaco, sobretudo, os seguintes sites institucionais municipais: < <http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/> >, < <http://www.pms.ba.gov.br/> >, < <http://www.campinas.sp.gov.br/> >, < <http://www.belem.pa.gov.br/new/index.php> >.



solicitações feitas *online* pelos cidadãos, respostas a enquetes, votos eletrônicos (orçamento participativo *on line*), etc.;

- c) os espaços plurais de expressão nos quais podem se expressar associações, partidos políticos, etc., ou que estabelecem um linque hipertextual com outros sites (aqueles da imprensa local ou regional, por exemplo).

Loiseau aponta uma preponderância da primeira categoria de informações sobre as outras, o que parece demonstrar o predomínio do uso das novas tecnologias de informação e comunicação para a difusão de informações institucionais e políticas – e não para a organização de debates acerca de controvérsias públicas. Assim, parece possível argumentar que o impacto da internet na comunicação pública está menos na substância da prática política e mais na valorização de canais de articulação e transmissão de fluxos de informação que se tornam mais acessíveis, rápidos e claros para o cidadão (Zémor, 2007).

Entretanto, é preciso considerar que o potencial democrático contido no uso da internet pelas municipalidades não se concentra nos dispositivos: a internet não é, em si mesma, geradora de democracia, mas depende de uma série de fatores ligados aos usos e conteúdos propostos pelas interfaces virtuais. Nesse sentido, o potencial democrático oferecido pela internet não pode ser medido pelo acesso à informação ou ao voto. Este último é o resultado da expressão da vontade política e requer a realização e a compreensão de um longo processo de debate público. Os fatores de acesso às comunidades discursivas, a velocidade de circulação, a interação, a proximidade entre cidadãos e decisores, não são suficientes para afirmar que a internet permite a criação de espaços verdadeiramente democráticos.

Com relação aos conteúdos dos sites institucionais das municipalidades, é possível perceber a predominância de uma comunicação convencional, pois, apesar do discurso sobre a interatividade dos sites, o suporte é ainda majoritariamente utilizado para reproduzir informações existentes em outros meios, sobretudo jornais e revistas da municipalidade. A difusão de informações constitui um dos principais pilares de sustentação da democracia, uma vez que são os fluxos de mensagens que ativam debates, suscitam a formação de pontos de vista e contribuem para a formação e expressão de julgamentos melhor elaborados na esfera pública de formação da opinião. É preciso pensar, portanto, como a internet promove não só uma mudança no acesso à



informação, mas também ao seu tratamento. As mediações possibilitadas pelas tecnologias de informação e comunicação não podem restringir-se a uma valorização da palavra política em sua dimensão institucional. Ela deve ir além de uma tentativa de renovar a comunicação pública do poder local, pois, do contrário, não poderemos falar em reconstituição da democracia local, mas sim em um tipo de reabilitação do desempenho político (Bouquillion e Pailliar, 2006).

Em geral, pode-se constatar que as municipalidades acrescentam em seus sites institucionais alguns links que promovem menos práticas participativas e mais práticas consultativas (Loiseau, 2000). A consulta pública sobre projetos municipais se desenvolveu localmente e se limita a uma comunicação de escuta (Zemor, 2007). Não se pode dizer que as consultas públicas não são benéficas; pelo contrário, elas servem para que os governantes se inteirem a respeito do modo como suas intenções são interpretadas e compreendidas, possibilitando ocasiões de revisão de dúvidas e reconhecimento de falhas. Mas ela sozinha não permite a participação dos cidadãos em processos de tomada de decisões. Tais processos requerem práticas deliberativas, e não apenas práticas consultativas. Isso significa que a participação política envolve o diálogo, a contestação, a reciprocidade e a reflexão pública sobre temas, questões e problemas apontados como de interesse coletivo.

As novas mídias poderiam complementar os contatos interpessoais face a face ou de outra modalidade, instituindo uma rede material passível de amplificar os fluxos de informação, construindo redes com uma série de recursos imateriais prévios: confiança, reciprocidade e engajamento nas questões públicas, mantendo e renovando as condições de existência de uma articulação democrática entre atores formais e informais no sistema político.

Considerações finais

Gostaria de apontar, aqui, alguns dos desafios relacionados à pesquisa em comunicação pública, no Brasil e na França. Em primeiro lugar, considero que o estudo da comunicação pública deve se desvincular da personalização, ou seja, a comunicação pública não é aquela que está a serviço do presidente, de ministros e de autoridades políticas, mas é um processo de interlocução que preza o interesse coletivo, definido coletivamente na esfera pública de troca argumentativa. Certamente, é bom e profícuo



que presidentes da república e demais agentes administrativos recorram às tecnologias de informação e comunicação para instaurarem canais de interlocução com os cidadãos (blogs, listas de discussão, web sites, SMS, etc.). Não basta separar o que é a comunicação do governo e o que é a comunicação pública voltada para uma articulação entre atores políticos e cívicos. É preciso também deixar claro que a comunicação pública tem como principal objetivo promover a cidadania e a participação, aumentando a confiança que os indivíduos possuem no governo, por meio da instauração de espaços públicos de discussão e por meio da valorização do status do cidadão enquanto agente moralmente capaz de elaborar, expressar e justificar suas posições diante dos outros (Matos, 2009).

Em segundo lugar, argumento que as relações entre o governo e os meios de comunicação devem ser investigadas de maneira permanente e constante, evitando as análises feitas somente em momentos de crise. A comunicação pública não se reduz à comunicação mediática, elas se complementam de modo a configurar um ambiente propício para a circulação de fluxos de informação constituídos sob o esforço da objetividade e da imparcialidade. Elas se integram para promover o acesso e a verificação de fatos, pontos de vista e ações junto a diversas fontes. É o entrosamento de ambas que permite o desdobramento de um debate público, fruto do embate entre uma pluralidade de idéias e informações de interesse público (Libois, 2002). A diversidade de temas e questões presente na mídia tendem a promover julgamentos mais informados e críticos, auxiliando os cidadãos a elaborar e expressar seus argumentos em público e, assim, promovendo valores democráticos como o combate às arbitrariedades, a participação política e a prestação de contas.

A determinação do conteúdo da comunicação pública, seja ela local ou não, é orientada pelo ideal normativo das referências convencionais, tais como: o interesse público, o direito à informação, a busca da verdade e da responsabilidade social pelos meios de comunicação de massa. Não só os profissionais preparam e enviam informações a uma variedade de receptores, mas estes últimos também participam ativamente da construção das informações de interesse público. Os profissionais da comunicação midiática não trabalham apenas com a finalidade de promover os ideais da instituição administrativa local, passando por cima da veracidade e da fidedignidade das informações e acontecimentos. Seu papel é muito mais o de zelar para que o trabalho do governo seja publicizado de maneira mais transparente, dinâmica, descentralizada,



próxima do público, promovendo ideais de abertura ao debate, de autonomia política e de abertura às inovações e mudanças (Canel, 2007).

E, em terceiro lugar, considero que um dos desafios do estudo da comunicação pública está no desenvolvimento de recortes de pesquisa que valorizem o âmbito local como espaço no qual se desenvolve uma comunicação pública orientada para a compreensão mútua. Esta última, voltando-se para a busca cooperativa de informações e debates sobre questões de interesse coletivo: governantes e cidadãos se empenhariam para chegar a decisões e alternativas adequadas a todos, e que permitissem a renovação dos vínculos sociais e políticos (Gosselin, 1995). Esses procedimentos, por enquanto mais evidenciados nas pesquisas francesas, favorecem não só a participação cívica, mas também aumentam o interesse político e as interações sociais, de forma a promover, assim, uma série de efeitos democráticos positivos.

REFERÊNCIAS

BOUQUILLION, Phillipe; PAILLIART, Isabelle. **Le déploiement des TIC's dans les territoires**. Grenoble: PUG, 2006.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. “Conceito de comunicação pública”. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação pública, estado, mercado e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007, pp. 1-33.

CANEL, María José. **Comunicación de las instituciones públicas**. Madrid: Editorial Tecnos, 2007.

GOSELIN, André. “La communication politique: cartographie d'un champ de recherche et d'activités”, **Hermès**, n.17-18, 1995, pp.17-33.

LE NET, Michel. **L'état annonceur: Techniques, doctrine et morale de la communication sociale**. Paris: Éditions d'Organisation, 1981.

LIBOIS, Boris. “Un concept normatif de la communication publique.” In: **La communication publique: pour une philosophie politique des médias**. Paris: L'Harmattan, 2002, pp.29-66.

LOISEAU, Gérard. “La démocratie électronique municipale française: au-delà des parangons de la vertu”, **Hermès**, n. 26-27, 2000, pp.213-233.

MARTÍN ALGARRA, Manuel. **Teoría de la comunicación: una propuesta**. Madrid: Tecnos, 2003.

MATOS, Heloiza. “Comunicação Política e Comunicação Pública”, **Organicom**, n. 4. ECA/USP. São Paulo, 2006.



MATOS, Heloiza. “Comunicação Pública e Comunicação Global”, **Líbero**, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, v. 3, n. 6, 2000, p. 64-69.

MATOS, Heloiza. “Comunicação pública, esfera pública e capital social”. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação pública, estado, mercado e interesse público**. São Paulo: Atlas, pp. 47-58, 2007.

MATOS, Heloiza. **Capital Social e Comunicação: interfaces e articulações**. São Paulo: Summus, 2009.

MÉGARD, Dominique; DELJARRIE, Bernard. **La communication des collectivités locales**. Paris: librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 2003.

MIÈGE, Bernard. “Le pouvoir y les systèmes d’information: s’interroger sur les enjeux fondamentaux”, **Revista Textos de Comunicação e Cultura**, Fase II, n. 34, Universidade Federal da Bahia, 1996.

OLLIVIER-YANIV, Caroline. “La politique de communication gouvernementale”. In: **L’État Communicante**. Paris: Presses Universitaires de France, 2002, pp.203-250.

ZÉMOR, Pierre. **La communication Publique**. 3^a ed. Paris: Presse Universitaire, 2005.

ZÉMOR, Pierre. **Le défi de gouverner: communication comprise**. Paris: L’Harmattan, 2007.