



A Assessoria de Comunicação como mediadora da Esfera Pública¹

Ismar Capistrano Costa Filho²

Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, Ceará

Amanda Dias Capistrano³

Faculdade 7 de Setembro (Fa7), Fortaleza, Ceará

RESUMO

A relação entre a assessoria de comunicação para possibilitar o debate público e a participação democrática é a tônica do presente artigo. Para isso, é analisado o serviço de comunicação da Câmara Municipal de Quixadá nos anos de 2007 e 2008 que atrai para o debate público a participação de movimentos sociais e cidadãos porque possibilita aos mesmos visibilidade em mídias alternativas, locais e regionais.

Palavras-chaves: Esfera pública, assessoria de comunicação, movimentos sociais.

Introdução

Como uma assessoria de comunicação de um órgão estatal pode colaborar para a participação democrática e para o debate público, fortalecendo assim a idéia de esfera pública? Para refletir sobre essa problemática, será analisado o serviço de comunicação da Câmara Municipal de Quixadá durante os anos de 2007 e 2008, quando, pela primeira vez, foram planejadas ações na área por uma empresa com profissionais especializados na produção jornalística e publicitária.

Essa pesquisa se realiza através de consulta bibliográfica sobre a temática; de entrevistas em profundidade com os atores envolvidos nessa situação; de investigação ao material produzido pela assessoria de comunicação e de pesquisa-ação. Como os produtores dessa investigação coordenavam esse serviço deliberadamente com a finalidade promover a participação popular nos debates públicos da Câmara de Quixadá, eles fazem dessa pesquisa um espaço de reflexão crítica das limitações e avanços de suas atuações e das relações promovidas entre o poder legislativo municipal e os movimentos sociais quixadaenses. Apesar do envolvimento entre sujeito e objeto da pesquisa, a objetividade científica é adotada como princípio para nortear a apresentação da realidade empírica em suas múltiplas facetas a partir das categorias conceituais da análise (LOWEY, 1985).

1. A Câmara Municipal de Quixadá

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação para Cidadania do IX Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará (UFC), mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e professor de ensino superior, email: ismarcapistrano@yahoo.com.br.

³ Bacharel em Jornalismo pela Faculdade 7 de Setembro, assessora de comunicação, email: amandacapistrano@yahoo.com.br.



Quixadá situa-se a 154 Km da capital cearense, Fortaleza. Com 76.105 mil habitantes, tendo 55% da população residente na zona urbana da cidade, segundo senso do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município, situado no polígono das secas nordestino, tem o comércio, os serviços e o turismo como atividades econômicas predominantes.

Emancipado em 27 de outubro de 1870, Quixadá constitui a primeira Câmara Municipal composta por suplentes do legislativo de Quixeramobim, município de onde se desmembrou. Na época, não existia o cargo de prefeito. As funções administrativas eram exercidas pelo presidente da Câmara (COSTA, 2002). Depois da separação, em 1886, dos poderes executivos e legislativos municipais, a Câmara exerceu uma função acessória nas relações políticas do município. Essa situação foi possibilitada pela maioria governista no parlamento municipal e pela dependência dos vereadores às benesses do executivo. Como representantes de comunidades, distritos e bairros, os parlamentares recebiam as reivindicações da população e as transformavam em requerimentos que depois de aprovados em plenário eram enviados para o prefeito que poderiam ou não atendê-los. Dessa maneira, para terem suas demandas políticas transformados em benefícios para seus eleitores, os parlamentares dependiam da vontade do chefe do executivo que, por vezes, condiciona o atendimento ao apoio a seus projetos e às eleições. Esse ciclo de subserviência legislativa se reproduzia com o voto de cabresto, quando os eleitores votavam nos vereadores e prefeitos porque dependiam de favores dos mesmos, e do coronelismo, quando a partir da segunda metade do século XX se revezavam no poder três políticos aliados dos militares que governam o país, Aziz Baquit, Renato Carneiro e Everardo Silveira. A conjuntura reproduz o que Sérgio Buarque de Holanda (2002) chama de confusão entre o privado e o público originada desde o processo de colonização que trouxe para a América Latina relações de poder desconhecidas para as comunidades de tradição familiares.

Essa conjuntura só vem a mudar em 1992, quando, surpreendentemente, o ex-deputado estadual e advogado de sindicatos e movimentos sociais, Ilário Marques é eleito pelo Partido dos Trabalhadores (PT) derrotando o industrial Aziz Baquit. Como não conseguiu maioria no legislativo, a Câmara de Quixadá passou a ser espaço de debate, disputas e negociações. O então prefeito Ilário Marques desestabiliza mais ainda o ciclo de subserviência legislativa criando o Prefeitura com Você. Através do programa, a Prefeitura fazia visitas itinerantes aos bairros e distritos da cidade para receber diretamente as reivindicações da população. As relações de subserviência foram



então diretamente estabelecidas sem a mediação dos legisladores municipais. O então vereador Carlos Vitorino (2008) revela que os parlamentares se sentiram ameaçados com o programa.

Até esse período, os gestores da Câmara ainda não haviam despertado para a importância da utilização dos meios de comunicação para divulgação de sua atuação. A primeira presidenta mulher Dadá Almeida que chefiou o legislativo municipal de 1992 a 1993 e o vereador Carlos Vitorino que a sucedeu de 1994 a 1995 explicam da mesma maneira a situação: a atuação parlamentar estava comprometida com a articulação política entre os vereadores e o prefeito. Nos quatro anos seguintes, as disputas políticas se proliferaram quando o prefeito Ilário Marques não consegue fazer seu sucessor, assumindo o médico obstetra Francisco Mesquita que também enfrentou forte oposição no legislativo.

Já de 2001 a 2004, preside a Câmara, o historiador Cristiano Góes. Ele foi eleito pelo Partido dos Trabalhadores juntamente com Ilário Marques que retorna ao poder do executivo municipal. Com a conquista da maioria, a Câmara voltou a manter uma relação de apoio ao prefeito municipal, mas manteve o debate através da realização de audiências, sessões itinerantes e seminários. Uma das primeiras medidas foi alterar a Lei Orgânica do Município tornando todas as votações abertas. A iniciativa ganhou a primeira página de um dos maiores jornais do estado, O Povo.

Em 2002, surge então o primeiro jornal da Câmara, Tribuna Livre, um informativo no tamanho A4 com quatro páginas, preto e branco, com tiragem de 3 mil exemplares que circulava bimestralmente e divulgava as ações de todos os vereadores, além das principais notícias e realizações do parlamento como informações de audiências públicas realizadas e leis aprovadas. O site www.cmquixada.ce.gov.br é criado no mesmo ano como uma expansão do processo de informatização do legislativo. Tinha em suas páginas, a história do legislativo quixadaense, a composição da Câmara bem como informações sobre os vereadores, estrutura do espaço físico, as pautas das sessões que eram publicadas com um dia de antecedência para que a população interagisse e participasse. Era disponível também calendário de eventos a serem realizados na Câmara. O site ainda publicava todas as leis aprovadas e continha notícias sobre as realizações do legislativo.

Por não ter a frente uma equipe de profissionais em comunicação, a página na Internet não tinha periodicidade em suas atualizações. Constantemente continha informações desatualizadas. As rádios Cultura AM e Sertão FM foram contratadas



para transmitir as sessões consideradas de maior relevância e fazer a cobertura jornalística. Essas emissoras, à época, alinhavam-se politicamente com o governo municipal. As rádios Sitiá FM e Monólitos AM que faziam oposição não foram contempladas com a verba publicitária. Mas uma vez, as relações público e privado confundem-se.

Em 2005, com a reeleição do petista Ilário Marques para o executivo, Cristiano Góes se torna vice-prefeito e a bancada governista mantém a maioria no legislativo municipal sob a condição de eleger o empresário Kleber Junior do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) como presidente da Câmara, contrariando a vontade da diretoria municipal do PT que preferia o agricultor Airton Buriti no cargo. Com a redução no número de vereadores para dez, a situação, mesmo com o apoio de seis parlamentares, perde a maioria absoluta necessária, conforme o regimento interno, para aprovar qualquer lei, decreto ou requerimento. Para reverter a conjuntura, Kleber Junior investe nos vereadores. Constrói gabinetes individuais, dobra o salário dos parlamentares, compra celulares para todos e distribui diárias para viagens e deslocamentos. Nesse período, as sessões itinerantes, audiências públicas e seminários deixam de ser realizadas. Mesmo com as benesses para os parlamentares, os projetos de lei de interesse do executivo não são colocados em votação por falta de consenso. O jornal, o site e os contratos com a emissoras de rádios são desativados, segundo o então presidente, por falta de pessoal para a produção e por dificuldades impostas pela lei de responsabilidade fiscal. Apenas um contrato com que distribuía o pagamento para cinco radialistas é celebrado. Pela manhã, eles faziam a cobertura do legislativo e, pela tarde, veiculavam as notícias nas emissoras. A situação relembra a origem do assessor de imprensa no Brasil relatada por Jorge Duarte (2006).

Por motivo de enfermidade e por um acordo político, Kleber Junior não se candidata à reeleição abrindo a possibilidade de Airton Buriti do PT assumir à presidência da Casa. Agricultor do distrito de Cipó dos Anjos, militante das Comunidades Eclesiais de Base (Cebs), ele resgata as sessões itinerantes, as audiências públicas, reabre a videoteca e a biblioteca e investe em comunicação abrindo uma licitação para uma agência gerenciar a publicidade do parlamento.

A comunicação no legislativo sempre teve importância, não só para que as ações ali tomadas fossem conhecidas, mas, para que as pessoas pudessem ter ciência de como funciona o local onde os políticos por elas escolhidos tomam decisões. Foi a partir desse período que teve início um trabalho profissional de assessoria de comunicação no poder legislativo (Lima, 2008).



2 Assessoria de comunicação da Câmara Municipal de Quixadá

A produção do serviço de comunicação da Câmara passou a ser desenvolvido por uma agência com profissionais especializados na área. Através de licitação, a Câmara de Quixadá contratou em fevereiro de 2007 a SertãoNet Ltda, que passou a organizar um trabalho de assessoria de comunicação. A empresa gerencia uma equipe composta por um jornalista profissional e publicitário, uma estagiária de Comunicação Social, um fotógrafo, um administrador do site, um auxiliar administrativo e cinco radialistas. Sua missão era aproximar o poder público da população, através da mídia. Para isso, é desenvolvido um investimento em comunicação integrada aliando publicidade e assessoria de imprensa, sendo caracterizada como serviço de Assessoria de Comunicação.

As atividades publicitárias têm como peculiaridade as inserções pagas nos veículos de comunicação, por isso possuem uma frequência de publicação e um conteúdo de mensagens controlados pelo cliente. Nessa área, foram produzidos quatro anúncios na revista de circulação local Emoções; um banner com link para o site da Câmara de exibição diária durante dois anos no site local Central de Notícias; 17.160 inserções de spots publicitários nas rádios Monólitos AM, Liderança FM, Jangadeiro FM e Sitiá FM; 352 horas em carro de som volante e um novo site na Internet.

Foram produzidas duas modalidades de spots. Os primeiros eram veiculados, também em carros de som, convidando a participação da população em eventos que a Câmara realizaria principalmente sessões itinerantes e audiências públicas. Havia também uma inserção radiofônica divulgando o site do legislativo na Internet. A segunda modalidade era um informe publicitário. Esse tipo será abordado, em seguida, sendo então uma atividade situada na fronteira da publicidade e propaganda e da assessoria de imprensa dado que utiliza inserções pagas nas rádios e no impresso, mas possui formato de matéria jornalística.

A assessoria de comunicação também prioriza a publicidade da Câmara na Internet. A empresa contrata um designer que desenvolve o site www.camaraquixada.ce.gov.br. O espaço tem atualizações periódicas feitas por um jornalista responsável, que insere um conteúdo informativo e fotos divulgando o que acontece nas sessões da Câmara, bem como os trabalhos desenvolvidos pelos parlamentares.

O site é interativo, propiciando ao internauta, além de ler o conteúdo, dar sua opinião e sugestões através do fórum de discussão Minha Opinião. Na sessão, os



internautas têm a oportunidade de elogiar ou criticar ações dos vereadores, bem como sugerir melhorias para o município. É também trabalho da assessoria responder esses comentários ou encaminhar para os parlamentares caso não seja perguntas relacionadas ao conteúdo do site. Foi criado um e-mail para cada vereador a fim de que a assessoria pudesse encaminhar todo o trabalho que está sendo realizado, desde releases e matérias relacionadas à Câmara de Quixadá, bem como e-mails enviados pelos internautas com questionamentos da atuação do vereador.

O site também tinha algumas falhas, determinados links não funcionavam como era o caso do Rádio Câmara, que segundo o administrador do site foi um espaço aberto para que os internautas pudessem ter acesso ao conteúdo dos programas da Câmara que deveriam ser transmitidos todos os sábados em cadeia pelas rádios da cidade. O projeto ficou apenas no papel e o link no site era apenas uma gravura sem qualquer utilidade. Outra deficiência no site era o link legislação, onde tinham apenas as leis aprovadas pelos vereadores, faltavam os requerimentos dos vereadores e os decretos legislativos.

Outro serviço realizado pela agência de comunicação da Câmara de Quixadá é a assessoria de imprensa, através da produção de notícias para o site, releases, sugestões de pauta, jornal impresso e publieditoriais.

Em dois anos, foram publicadas 228 notícias no site sobre as audiências públicas, as sessões ordinárias e itinerantes, os projetos de lei e de indicação, os requerimentos e as homenagens. Desta maneira, tornou-se importante fonte de consulta para a população global acompanhar o que acontece no legislativo.

(...) uma fonte regular de consulta e ser utilizado pelo jornalista sem sequer entrar em contato com a assessoria. É o local ideal para manter fotos, currículos, histórico, dados e estatísticas consolidadas sobre a organização e o setor em que atua. Deixe visível também telefone, e-mail, fax da assessoria e tudo que possa servir de subsídio. (DUARTE, 2006, p.252)

A partir de março de 2007, a SertãoNet desenvolve um jornal impresso com 4 páginas A4 coloridas. O jornal traz notícias, em forma de notas, entrevista, enquetes ou reportagens, sobre as discussões no parlamento quixadaense, os projetos e as reivindicações da população. Sua publicação deveria ser mensal, mas em 15 meses, foram publicadas 11 edições. A partir de agosto de 2008, por determinação da legislação eleitoral, a edição foi paralisada, retornando somente após o pleito eleitoral de outubro quando foi publicado somente mais um número. Inicialmente, as cinco primeiras edições do jornal possuíam uma diagramação pouco atrativa, chamada pelo jornalista da agência de comunicação da Câmara, de improvisada. Ele próprio havia



criado. Com a consolidação do impresso, um programador visual profissional foi contratado projetando um novo layout, considerado, de atrativo e inovador. O jornal ganhou ainda uma versão virtual que pode ser lido através do site da Câmara. O jornal continha uma síntese das ações da Câmara, apresentadas através de notas (notícias curtas) e reportagens (notícias com apresentação de uma multiplicidade de informações e fontes), decorrentes do mês anterior bem como fotografias. O impresso é definido

(...) como uma síntese dos acontecimentos na empresa em determinado período. Exige maior elaboração dos textos e da apresentação gráfica. Pode trabalhar com uma variedade de gêneros jornalísticos, como reportagens, entrevistas e artigos, além de fotografia e ilustração. (GAUDIO, ANO, p. 257)

Outro trabalho desenvolvido pela assessoria de comunicação é o envio de releases para os veículos de comunicação, sugerindo a esses meios, pautas que podem gerar matérias sobre a Câmara de Quixadá. De acordo com Jorge Duarte, o release surgiu no Brasil como instrumento para divulgar atos, decretos e ações dos governos.

Release pode ser entendido como o material informativo distribuído aos jornalistas para servir de pauta, orientação, ou ser veiculado completa ou parcial de maneira gratuita. É uma proposta de assunto, um roteiro, uma sugestão de pauta, mais do ângulo de quem o emite. (...) O release geralmente consta de apenas uma folha, com texto na estrutura jornalística padrão (título, lide, e formato pirâmide invertida) com a indicação de um responsável pela informação e é distribuído gratuitamente a veículos de comunicação e jornalistas que, supõe-se, podem interessar-se pelo assunto e transformá-lo em notícia (DUARTE, 2006, p.288;292)

Os releases da Câmara de Quixadá eram enviados semanalmente por e-mails direcionados a editoria específica do tema caracterizando o que Jorge Duarte chama de release eletrônico. Segundo ele, a praticidade, o baixo custo e a agilidade têm feito desse instrumento a forma mais utilizada pelas assessorias para o envio de seus releases. Esses também eram entregues impressos às emissoras de rádios, apresentadores de radiojornais e correspondentes de jornais e emissoras de televisão no município. Nos anos de 2007 a 2008, foram encaminhados pela assessoria de comunicação da Câmara 47 releases, todos com, no mínimo, duas sugestão de pauta.

O encaminhamento de releases foi resultou, conforme a análise de 17 matérias no Jornal O Povo e de 12 no Diário do Nordeste, na publicação de 13 notícias no primeiro jornal e 10 no segundo. As sugestões de pautas que mais tiveram repercussão nas publicações foram sobre o projeto de neutralização dos gases poluentes da Câmara. Através de decreto legislativo, o órgão passou a possuir dotação no orçamento para reverter a poluição gerada pelo funcionamento de seu prédio e pelo deslocamento de seus vereadores em investimento no reflorestamento das margens do Rio Sitia. Os parâmetros para a conversão foram baseados no Protocolo de Kyoto, assinado por



países membros da Organização das Nações Unidas (Onu) em 1998. A Revista Veja, de circulação nacional, publicou nota em sua edição de 7 de novembro de 2007, definindo o legislativo quixadaense como o primeiro órgão público brasileiro a neutralizar seus gases poluentes. O mesmo tema gerou matéria de uma página inteira nos jornais Diário do Nordeste no dia 13 de novembro 2007 e O Povo no dia 08 de outubro de 2007 e dois editoriais elogiando a medida no primeiro. Ainda foi destaque nacional em programas radiofônicos como a Voz do Brasil e reportagens televisivas no Jornal da Record da Rede Record, Globo Rural da Rede Globo e Repórter Diário da Tv Diário, as datas das referidas veiculações não foram arquivadas pela assessoria de comunicação do órgão.

De acordo com o material cedido pela assessoria de comunicação da Câmara, alguns releases eram incompletos, neles continham apenas dados básicos como o tema, hora, local e o requeinte. Faltava aprofundamento em alguns, isso porque segundo Caio Jataí Capistrano, sócio da empresa, os gabinetes dos parlamentares não repassavam de forma detalhada a informação para a assessoria de comunicação. “Por muitas vezes eu fui atrás do vereador requerente ou do movimento social que solicitava a audiência para poder ter mais informações. Não dava para fazer releases detalhados se os requerimentos eram escassos de informações” (Capistrano, 2008).

Em conjunto com o site e o jornal, a Câmara através de sua assessoria fecha contrato com as rádios Jangadeiro FM, Liderança FM e Sitia FM. Para ocupar os espaços, a assessoria produz o que Jorge Duarte chama de publieditorial. São informes publicitários produzidos para que as rádios veiculem as ações do legislativo.

(...) material pago veiculado sob a forma de matéria jornalística e muitas vezes produzidos por assessores de imprensa muitas vezes encomendados por agências publicitárias. O termo é obtido da união das palavras publicidade e editorial, e deixa claro, sob a forma de avisos como “Informe Publicitário”, que não se trata de conteúdo jornalístico originário da redação do veículo (DUARTE, 2006 p. 251).

Esses publieditoriais foram denominados de “Palavra Facultada” na qual um vereador dá um depoimento de até um minuto sobre um tema debatido durante as sessões da Câmara. A inserção é veiculada diariamente durante uma semana, pelo menos, cinco vezes ao dia, em toda a programação.

Outra função que deve ser realizada pela assessoria de comunicação é a produção do que Jorge Duarte define como clipping. Um trabalho que consta em identificar citações sobre a instituição ou a pessoa a quem presta serviço a fim de que ela possa de forma sintética saber o que está sendo publicado a seu respeito. No clipping Jorge Durate define o que precisa constar: “geralmente os recortes são colados em



folhas padronizadas acrescidos de informação sobre o veículo, data, página de publicação, alguns tipos de classificação e outros dados que sejam considerados importantes” (DUARTE, 2006, p. 243).

Com relação ao trabalho desenvolvido pela assessoria de comunicação da Câmara de Quixadá, o clipping não era produzido. Para demonstrar quais as notícias relativas à Câmara Municipal de Quixadá foram publicadas a partir dos releases enviados pela assessoria de comunicação, foi necessária uma pesquisa na Internet.

Outra deficiência observada foi à falta de artigos enviados para as editorias de opinião dos jornais. O artigo é assinado pelo assessorado e expõe a opinião ou a análise dele sobre um tema de relevância. Isso dentro da linha editorial de cada publicação, os jornais e revistas tendem a ter maiores espaços. Eles devem ser de fácil compreensão como qualquer outra notícia de jornal. Os artigos podem tratar de “(...) questões filosóficas políticas, de mercado, apresentar uma posição sobre um assunto e revelar o pensamento do autor sobre um tema. Quanto mais adaptado ao veículo, mais chance de ser publicado (DUARTE, 2006, p. 304)”.

3 A Esfera Pública Burguesa

Esse conjunto de materiais produzidos pela assessoria de comunicação aproximou mais a população da Câmara de Quixadá. Essa é a opinião do radialista Alexandre Silva, que trabalha a vinte anos no rádio e presta serviços à Câmara desde 2004.

Várias entidades procuraram a Câmara a partir do momento em que observaram através do jornalzinho impresso, que a Câmara estava ali para ajudar, que tinha um espaço reservado para a comunidade para a população. Tivemos movimentos como o da guarda municipal, professores, sindicatos, movimentos que utilizaram o espaço da Câmara para fazer suas reivindicações. E conseguiram com isso um espaço de diálogo e muitas vezes resolveram seus problemas, (Silva, 2008).

O presidente da Câmara Airton Buriti Lima também compartilha da mesma opinião do radialista. Para ele, a partir da comunicação e da divulgação das ações do legislativo,

(...) as pessoas começaram a procurar mais a Câmara e começaram inclusive a questionar o porquê que as outras instituições públicas não tinham essa estrutura. Começam a comparar, o porquê a Câmara tem um informativo e as secretarias não tem? Porque o boletim informativo da Prefeitura ficou em formato diferente? Porque nós temos um site que está bem legal e atualizado e porque o da Prefeitura atrasa, às vezes, não sabem o que acontece nas secretarias? (Lima, 2008).

A comunicação da Câmara, de acordo com Airton Buriti, legitimou o legislativo como um espaço de debates porque, além da participação, possibilita visibilidade para os atores sociais através dos espaços midiáticos.

Dessa maneira, o serviço de comunicação do parlamento de Quixadá fortalece a esfera pública que surge, conforme Jürgen Habermas, no início do século XVI, quando os comerciantes e aristocratas dos nascentes Estados Nacionais da Idade Moderna promovem discussões em locais públicos, como os cafés e salões, sobre temas da vida coletiva. Os debates circulavam, em torno de troca de opiniões sobre a vida social, a arte e a política.

(...) a esfera de pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente quanto a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis de intercâmbio de mercadorias e do trabalho social (HABERMAS, 2003, p.47).

Essa esfera passa a abordar os temas de interesse social rompendo com o até então monopólio da nobreza de discutir e decidir sobre os destinos das sociedades européias.

Suas reuniões aconteciam em espaços físicos onde as pessoas estavam juntas com a capacidade de argumentar e trocar opiniões. Os interesses da livre concorrência, do comércio e de questões ligadas ao gosto artístico predominavam nas discussões. A esfera pública contribui, segundo Habermas, para a queda das monarquias absolutistas e a criação do Estado Democrático de Direito, entre os séculos XVI e XVII, baseado na participação representativa.

Ao se consolidarem no final do século XVIII, os jornais passaram a ser, conforme Asa Briggs e Peter Burke, um novo espaço de debate da esfera pública.

Foram esses jornais não oficiais que transformaram a esfera pública temporária inicial em uma instituição permanente, tornando a política parte da vida diária de considerável proporção da população (...). Muitas vezes, os jornais eram lidos em voz alta e discutidos nos cafés, que se tornaram um foro político e nos quais tanto artífices como cavalheiros, mulheres e homens tinham voz (embora nem todas fossem ouvidas com igual interesse pelos participantes) (BRIGGS; BURKE, 2004).

Além dos jornais, de acordo com os autores, havia, nessa esfera pública, a Bolsa de Valores que compartilhava as informações econômicas e às conferências abertas e os relatórios das descobertas científicas das sociedades de pesquisadores.

A imprensa, por sua vez, além de abrigar essa esfera, representa a opinião pública que, segundo Habermas, aparenta ser o consenso da opinião média de pessoas do mesmo grupo sobre um determinado assunto. Como os jornais, são sustentados pelos donos dos meios de produção, através da publicidade e de acordos políticos e comerciais, apresentam, predominantemente, a realidade a partir da visão ligada aos interesses desses. Os jornais consolidam, dessa maneira, a esfera pública burguesa dado que privilegia os interesses dos donos dos meios de produção, restringindo o direito de participação de grupos de oposição no debate público, mediado por esses.



Dado essa transferência do espaço de debate para os jornais, o Estado Democrático de Direito, também resultado da organização da esfera pública, passa a necessitar dos meios de comunicação para compartilhar e legitimar seus atos. Através de acordos publicitários e serviços de relações públicas, os governos ocupam, principalmente a partir do século XIX, espaços nas mídias para não somente socializar e democratizar seus atos, mas para difundir sua ideologia. Essa instrumentalização da mídia pode ter como resultado uma tentativa de distanciar as discussões políticas da mobilização e participação. As decisões e os debates aparentam estar condicionados pela visibilidade midiática. Quem não aparece nos meios de comunicação é convidado a tão somente tornar-se espectador e, ao máximo, dar sua opinião em sondagens previamente controladas, como enquetes, plebiscitos e pesquisas.

4 Esfera Pública Alternativa

No entanto, a dominação também significa, conforme Antonio Gramsci, a existência de forças de oposição que, através da negociação, resistência e luta, convivem com o poder predominante. Há dessa maneira uma relação de hegemonia. Os grupos contra-hegemônicos podem organizar em três modelos de movimentos sociais. O primeiro é o mais antigo que se referia “à rebelião das massas, à multidão em tumulto, agindo de maneira cega e insensata” (DOWNING, 2004, p. 56). Outro tipo é constituído por atores racionais que atuam com recursos alternativos “como greves, ocupações, passeatas, operações tartaruga, bloqueios (...) táticas cuidadosamente refletidas e levadas a cabo por aqueles que não têm riqueza nem poder estatal” (DOWNING, 2004, p. 56). O terceiro modelo são os Novos Movimentos Sociais formados por ecológicos, feministas ou pacifistas, identificados por uma nova cultura política que visam objetivos independentes da concessão estatal.

Essas organizações, na condição de grupos contra-hegemônicos, são frequentemente excluídas dos espaços midiáticos burgueses. Para terem visibilidade e participarem do debate político, precisam, por isso, apropriar-se dos meios de comunicação, através de experiências de vídeo e televisão popular, rádio livre, internet radical e jornais populares e alternativos. Para ele, a partir dessas iniciativas, é criada a esfera pública alternativa.

Em todo lugar, o poder e a hegemonia e a resistência estão estampados e infiltrados nas instituições e nas práticas do diálogo público e dos movimentos sociais (...) importância da mídia radical alternativa se deve ao fato de ela ser, comumente, que primeiro articula e difunde as questões, as análises e os desafios dos movimentos (DOWNING, 2004, p. 65)



A intervenção desses movimentos sociais não se limita à esfera pública alternativa, nem a mobilização popular. Podem atuar também na política convencional, através da militância partidária e da participação em pleitos eleitorais.

5 A Esfera Pública Quixadaense

Através de uma gestão pautada para dar espaço a esses movimentos sociais, a Câmara Municipal de Quixadá favoreceu o debate público. Para isso, o legislativo abriu constantemente espaço para esses atores sociais e até mesmo cidadãos comuns tornar pública suas insatisfações, bem como cobrar dos responsáveis soluções para os problemas ali expostos. Além do acesso ao plenário, audiências públicas e sessões itinerantes, a repercussão no site, jornal da Câmara e nas rádios locais motivou essas iniciativas.

Cinco casos foram marcantes, nesses dois anos, para compreender como a comunicação midiática da Câmara colaborou com a criação de uma esfera pública dando visibilidade aos movimentos sociais. O primeiro foi, em 3 de agosto de 2007, quando o Instituto de Convivência com o Semi-Árido apresentou seu trabalho para a revitalização da mata ciliar do Rio Sitiá na sessão ordinária. O Instituto não só mostrou suas dificuldades financeiras, mas propôs o projeto inovador da Câmara se tornar o primeiro órgão público brasileiro a neutralizar seus gases poluentes com base no protocolo de Kyoto. A iniciativa deu visibilidade não só ao Instituto Convivência, mas também ao legislativo que foi destaque na imprensa nacional ao colocar em prática essa proposição, como foi apresentado no item 2 desse artigo. Através do diálogo social, promovido na Câmara e motivado pelos investimentos em mídias, ganhou o meio ambiente, o desenvolvimento sustentável e a imagem do próprio município.

Outro movimento social atraído pela visibilidade do debate público proporcionada pelo serviço de comunicação da Câmara foi o Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais de Quixadá. Em 20 de abril de 2007, a diretoria participou de audiência pública para discutir a situação dos agricultores atingidos pela estiagem no município e sobre o Seguro Safra.

Nós procuramos a Câmara porque na época o programa era insuficiente e incapaz de atender a demanda de Quixadá, e a única forma que nós achamos para poder expor para a população para os poderes, a nossa insatisfação foi procurar a Câmara e mais uma vez fomos prontamente atendidos. A Câmara foi um importante equipamento para nós expormos para a população e para chamar as pessoas para a discussão (Buriti, 2008).

O presidente do Sindicato Eronildo Buriti reconhece ainda, que foi através da comunicação da Câmara que se expôs para a população quixadaense as dificuldades



pela classe enfrentada. A comunicação, para ele, com a divulgação de notícias nas rádios, no site e jornal impresso conseguiu mobilizar a classe.

Da mesma forma, outros dois grupos foram ao legislativo para expor suas reivindicações: os promotores do X-Ceará, um Campeonato Mundial de Vôo Livre e os guarda municipais. Os primeiros denunciaram a falta de apoio governamental para o evento que reúne competidores europeus e americanos consolidando o município como referência nos esportes radicais. O engenheiro químico e criador do X-Ceará Antônio Carlos de Souza Almeida, participou de sessão da Câmara no dia 8 de novembro de 2007 para segundo ele, tornar público o descaso da Prefeitura Municipal com um evento “mundial”. “Foi bom ter procurado a Câmara e ter exposto a situação e isso fez o debate público, mas não resolveu a situação. Nós perdemos um evento que já existia a 15 anos no município” (Almeida, 2008). A denúncia foi publicada em reportagem no jornal impresso da Câmara em dezembro de 2008, no site da Câmara no dia 9 de novembro de 2007 e em rádios do município, a partir de sugestão de pauta da assessoria de comunicação da Câmara.

Já os guardas municipais denunciaram a falta de condições de trabalho da classe. Segundo um dos guardas, que não tem seu nome revelado a fim de evitar represálias, eles procuraram a Câmara no intuito de denunciar aos vereadores e aos quixadaenses as dificuldades que estavam enfrentando a fim de que eles tomassem providências e fiscalizassem a administração vigente. Segundo o servidor público, foi através da comunicação da Câmara que as pessoas ficaram sabendo do descaso com a guarda municipal. Apesar de pautar as rádios, site, jornal impresso, o guarda avalia

(...) que faltou por parte dos vereadores cobrar, procurar a administração e fiscalizar a denúncia que nós tínhamos feito a Câmara. Causamos incômodo à administração, mas não resolvemos o nosso problema, nós estávamos reivindicando melhores condições de trabalho e um local para que fosse estabelecida a nossa sede, porque até hoje, não temos (Guarda municipal, 2009).

Esses debates promovidos pela Câmara Municipal possibilitaram a participação de diversos cidadãos nas questões de interesse público convidando as pessoas para o debate. Outro cidadão a procurar a Câmara foi o professor doutor em História, Altemar da Costa Muniz. Ele tornou público na sessão de 30 de abril de 2008, sua insatisfação com a demolição de um prédio histórico conhecido como a Casa do Agente no município. Ele cobrou do legislativo municipal a criação de uma lei que proíba a destruição de prédios históricos que, segundo Muniz, contam a história da cidade. O site da Câmara publicou em sua página principal no mesmo dia e deu destaque no jornal de



maio. O professor, em outras duas vezes requereu debates a Câmara, em uma delas, 29 de maio de 2008, debateu em sessão itinerante na Faculdade de Educação, Ciências e Letras do Sertão Central a necessidade de recuperar em sua estrutura e melhorar o salário dos professores. A repercussão foi feita por parte da assessoria de comunicação da Câmara que deu destaque em seu site no dia 25 de maio de 2008 sobre a realização da audiência e publicou reportagem em seu jornal de julho do mesmo ano.

De acordo com Muniz, a busca pela Câmara foi “por achar que lá, seja a caixa de ressonância das discussões relacionadas à cidade, e essa era uma forma de comprometer os representantes da população” (Muniz, 2009). Sobre o trabalho feito pela assessoria de comunicação o professor avalia como sendo um instrumento que dá visibilidade a Câmara e que ela tem sido fiel na sua cobertura tendo inclusive em um de seus jornais, dado destaque a audiência que tratou da demolição da Casa do Agente.

Nesses casos apresentados, a assessoria de comunicação da Câmara tornou possível o debate público de questões ligadas a dois movimentos sociais organizados: o Sindicato dos Trabalhadores Rurais e Instituto Convivência com o Semi-árido, possibilitando o resgate da esfera pública, conforme Downing, não só por suas mídias alternativas (site e jornal impresso da Câmara), mas também através de espaços na grande mídia (rádios e jornais comerciais).

O caso da manifestação dos guardas municipais se configura como uma antiga modalidade de movimento social, baseado na rebelião que, mesmo opondo-se a administração da Prefeitura Municipal, apoiada pela presidência da Câmara (mesmo ligada tendo seu presidente ligado à bancada governista), ganhou espaço na sessão plenária, na mídia do legislativo e nas rádios e impressos comerciais, através da comunicação do legislativo. A situação confirma que o fortalecimento da esfera pública pressupõe a consolidação da participação democrática, como defende J. Habermas.

Por fim, o protagonismo cidadão do promotor do Campeonato Mundial de Vôlei Livre e do professor de História também ganharam espaço no legislativo quixadaense e em sua assessoria de comunicação. Comprova que os argumentos devem ser critérios e referências do debate na esfera pública, como explica os historiadores Asa Briggs e Peter Burke (2001). Esse debate deve dar voz aos atores sociais não estando condicionado somente à autoridade e à representatividade dos participantes. Apesar de serem figuras notórias em Quixadá, o professor universitário, nem o empresário representavam entidades nem órgãos públicos.

Conclusões



A presente pesquisa, a partir das investigações de campo e bibliográfica e a análise do material, chega as seguintes considerações:

- 1) Os meios de comunicação são fundamentais para a consolidação da esfera pública na atualidade.
- 2) A Câmara de Quixadá fortaleceu uma esfera pública no município porque intermediou o debate público entre os movimentos sociais e os meios de comunicação que raramente cedem espaço para estes, nem que isso dependesse o investimento de recursos públicos.
- 3) A assessoria de comunicação da Câmara foi importante, nesse processo, porque não só realizou essa intermediação, muitas vezes, deixando para segundo plano a imagem do legislativo e priorizando a repercussão dos temas debatidos. Essa postura superou chamado jornalismo de “chapa branca” que serve tão somente para elogiar os políticos que estão no poder, perdendo por isso credibilidade.
- 4) Esse resgate só foi possível através de um posicionamento político da gestão da Casa que compreendeu a comunicação não somente como instrumento de poder, mas espaço para promover a democracia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Uma história social da mídia.
COSTA, João Eudes Cavalcante. **Retalhos da história de Quixadá**. Fortaleza, ABC, 2002.
DOWNING, Jhon. **Mídia radical**. São Paulo. Senac, 2002.
DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. São Paulo: Atlas, 2006.
HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
LOWY, Michel. **Ideologias e Ciência Social**. São Paulo: Cortez, 1985.
PREDENON, José (org). **Curso de Propaganda. Do anúncio a comunicação integrada**. São Paulo: Atlas, 2004.
Manual de Assessoria de Imprensa. Fenaj, 2007.
MORAIS, Denis (org). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauada, 2006.
Entrevistas:
Almeida, Maria Irisdalva. Entrevista concedida a Amanda Capistrano em 12 de novembro de 2008.
Buriti, Antônio Eronilton Pereira. Entrevista concedida a Amanda Capistrano em 16 de setembro de 2008
Carneiro, Francisco Kleber J. Entrevista concedida a Amanda Capistrano em 1 de junho de 2009
Góes, Francisco Cristiano Maciel. Entrevista concedida a Amanda Capistrano, em 18 de maio de 2009.
Silva, Francisco Alexandre. Entrevista concedida a Amanda Capistrano e 20 de novembro de 2008.
Lima, Airton Buriti. Entrevista concedida a Amanda Capistrano, em 16 de setembro de 2008.
Vitorino, Carlos Augusto. Entrevista concedida a Amanda Capistrano em 30 de outubro de 2008.