



Comunicação Pública como exercício da cidadania¹

Eva Márcia Arantes Ostrosky Ribeiro²

Tiago Mainieri³

Universidade Federal de Goiás, Goiânia/GO.

Resumo

O artigo traz uma reflexão teórica acerca da comunicação pública no âmbito da cidadania. Para tanto, delimita comunicação pública no contexto sócio-político do país, permeando a discussão pelas concepções de esfera pública e interesse público. A inserção da cidadania é o ingrediente vital para a construção de uma sociedade mais justa e democrática. No texto, pretende-se lançar algumas luzes na discussão e debate desse tema considerado nodal na área da comunicação.

Palavras-chave

Cidadania; Comunicação Pública; Esfera pública.

Comunicação Pública - reflexões conceituais

De acordo com diversos teóricos da área de comunicação pública, a sua definição ainda é polissêmica e seu estudo ainda tem muitos caminhos a serem percorridos, principalmente no Brasil. De acordo com Elizabeth Pazito Brandão, no Brasil, “é a partir do Governo Lula que o conceito de comunicação pública com o sentido de informação para a cidadania começa a ser citado com frequência e acaba ganhando status.” (BRANDÃO, 2007, p.11). Ainda segundo a autora,

A restauração da democracia e o conseqüente crescimento de novas formas de vivências democráticas despertaram a necessidade de informação voltada para a construção da cidadania. A própria noção de cidadania sofre mudanças e começa a ser entendida de forma menos passiva e mais participativa, apreendida como o livre exercício de direitos e deveres, situação para a qual só se está preparado quando existem condições de informação e comunicação. A comunicação é hoje um ator político proeminente e é parte constituinte da formação do novo espaço público. (BRANDÃO, 2007, p.10).

¹: Trabalho apresentado no DT 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

² Mestranda em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás.

³ Orientador do Trabalho e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Mestrado) da Universidade Federal de Goiás.



Com a democratização do país, os gestores públicos percebem que os cidadãos se interessam em participar mais do processo político, não apenas no papel de eleitores, que exercem sua cidadania apenas através do voto, mas também querem participar ativamente do mesmo, buscando informações e soluções para suas demandas. Sendo assim, torna-se extremamente importante que os governantes abram canais de comunicação que atinjam ao cidadão e, para, além disso, que os governantes também possam ser atingidos pelos mesmos; essa seria uma das funções da comunicação pública, de acordo com Pierre Zémor (1995).

Segundo Jorge Duarte, “informação é a base primária do conhecimento, da interpretação, do diálogo, da decisão” (DUARTE, 2007, p.62). O intuito primeiro da comunicação pública é transmitir informação de interesse público aos cidadãos, o que se constitui em passo inicial para estabelecer um diálogo e uma relação entre estado e sociedade, lembrando que a obtenção de informação da instituição pública é um direito assegurado do cidadão.

Quando a comunicação pública cumpre seu primeiro papel, que é informativo, ela abre espaço para que aja diálogo e participação, só assim ela se caracteriza como comunicação pública. Esta se diferencia da comunicação política, que busca visibilidade e votos, apresentando conteúdo de cunho persuasivo. De acordo com Maria José da Costa Oliveira,⁴ a comunicação política ainda é a mais praticada nos dias de hoje e utiliza, em suas mensagens, técnicas de marketing, buscando convencimento e credibilidade.

Para entendermos o conceito de comunicação pública, devemos ir além da questão da persuasão, enfocada no conceito de comunicação política, e pensarmos a comunicação pública como detentora de informação de interesse coletivo.

Graça França Monteiro, por sua vez, aprofunda essa premissa apoiada em Zémor, enfatizando que “importa que elas (*mensagens*⁵) sejam portadoras do interesse coletivo; que elas coloquem o interesse público à frente do interesse particular [...] importa que elas sejam fruto do debate público e propiciem o debate público” (MONTEIRO, 2007, p.40).

⁴ Artigo acessado em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/cidadania/0207.htm>, no dia 17/12/2009.

⁵ Grifo meu.



Complementando a idéia exposta acima, Heloiza Matos entende que “o interesse geral e a utilidade pública das informações que circulam na esfera pública são pressupostos da comunicação pública.” (MATOS, 2007, p.53).

Para enfatizar essa linha teórica sobre a comunicação pública, buscamos uma referência em Jorge Duarte,

Comunicação pública, então, deve ser compreendida com sentido mais amplo do que dar informação. Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, à possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo. (DUARTE, 2007, p. 64)

De acordo com as reflexões teóricas de comunicação pública, percebe-se o quanto esse conceito e a sua prática estão ligados ao exercício da cidadania, e assim abordaremos teoricamente a associação entre ambos e suas complementaridades. Neste sentido, não se pode separar os conceitos de comunicação pública e sua prática do exercício da cidadania.

Comunicação Pública e Cidadania

Entende-se que para haver a comunicação pública, de forma efetiva, é necessário que aja um engajamento entre Estado e sociedade, uma inserção do cidadão na esfera política e que essa esfera esteja aberta a uma ampla participação e debate.

A palavra chave da comunicação pública e também da cidadania é a participação, sem a participação não encontramos lugar para discussão e debate, e assim, não encontramos lugar para o exercício da cidadania e nem da comunicação pública.

De acordo com Márcia Yukiko M. Duarte,

É certo que as estruturas de participação ainda são difusas e pouco organizadas, e que seu processo de construção é tímido e fragmentário, mas também é fato que a comunicação e as novas tecnologias da informação têm influenciado decisivamente o processo de transformação da sociedade brasileira, em especial o estabelecimento de uma nova cultura política, que propugne pela participação política baseada na conscientização e não simplesmente no dever cívico do voto. (M. DUARTE, 2007, p.102)



Percebe-se que as novas tecnologias de informação, como por exemplo, a internet, contribuem para a difusão de informações e também para a participação dos agentes sociais, porém devemos pensar sempre em um sujeito ativo neste processo, que possa refletir criticamente as informações que recebe e também ser um emissor da comunicação, através de sua participação.

Sabe-se que o receptor tem um papel ativo no processo comunicativo, e não mais passivo, apenas como receptor. Nesse sentido, enquanto sujeito de um processo social e de trocas simbólicas o cidadão torna-se partícipe do processo de comunicação pública. De acordo com Sousa,

A mediação dos diferentes suportes técnicos passou a ser estruturante na forma como se realizam e são interpretadas as diferentes práticas de comunicação social. A concepção da comunicação social contemporânea e o debate sobre seu lugar social passaram a se vincular à análise do lugar social dos diferentes media. E adentra-se um caminho onde se corre o risco de analisar e compreender o processo social da comunicação reduzindo-o à significação dos diferentes meios tecnológicos que hoje o medeiam, embora não se possa, num eixo oposto, ignorá-los nem a significação da técnica que lhes serve de suporte. (SOUSA, 2006, p.15)

Completando essa idéia, para Thompson (2008, p.76), “o uso dos meios de comunicação de massa implica a criação de novas formas de ação e de interação no mundo social, novos tipos de relações sociais e novas maneiras de relacionamento do indivíduo com os outros e consigo mesmo”.

Ainda para o autor, o sujeito quando recebe uma mensagem da mídia, discute e retransmite essas mensagens em seus ambientes sociais. Thompson evidencia que,

Através desse processo de elaboração discursiva, a compreensão que um indivíduo tem das mensagens transmitidas pelos produtos da mídia pode sofrer transformações, pois elas são vistas de um ângulo diferente, são submetidas aos comentários e à crítica dos outros, e gradualmente impressas no tecido simbólico da vida cotidiana. (THOMPSON, 2008, p. 45)

Assim, a comunicação possibilita participação, numa relação dialógica, não sendo restritamente face a face, mas uma comunicação que passa a ser também mediada, mas, por ser mediada não se caracteriza com uma comunicação que anula a potencialidade crítica do sujeito receptor, como afirma Thompson.

Porém, para se ter a prática da comunicação pública e da cidadania, tem que se pensar numa recepção crítica, em sujeitos ativos do processo comunicativo, na comunicação enquanto interação social.



Comunicação Pública e Cidadania se realizam em um espaço público.

Neste sentido, entender o conceito de esfera pública faz-se necessário. Para isso, buscamos em Jürgen Habermas (1984) a conceituação de esfera pública. Em sua definição de esfera pública, o autor faz um estudo da pólis grega e como o cidadão se comporta na vida pública, buscando assim uma diferenciação da esfera pública e privada.

A esfera pública se caracteriza por ser um encontro de cidadãos para discutirem assuntos de relevância pública. De acordo com o autor, “à esfera do mercado chamamos de esfera privada; à esfera da família, como cerne da esfera privada, chamamos de esfera íntima.” (HABERMAS, 1984, p. 73).

De acordo com Ana Paula Ferrari Lemos Barros⁶, baseado na teoria habermasiana, “com o advento do Estado Absolutista e o desenvolvimento do capitalismo, a esfera pública burguesa se transformou em um ambiente de resistência à autoridade política estatal.” Ainda segundo a autora, um dos temas de reivindicação da burguesia para participação foi a política. Assim, desde o princípio, a idéia da esfera pública se baseava em racionalidade e argumentação. Habermas mostra que

Os burgueses são pessoas privadas; como tais não “governam”. Por isso, as suas reivindicações de poderio contra o poder público não se dirigem contra a concentração do poder que deveria ser “compartilhado”; muito mais eles atacam o próprio princípio de dominação vigente. (HABERMAS, 1984, p. 43)

Para Habermas, a esfera pública burguesa busca discutir e refletir sobre interesses coletivos, porém era restrito apenas aos cidadãos cultos e que detinham propriedade, os burgueses.

Nesse sentido, se encontram as maiores críticas da teoria habermasiana que, para alguns autores, a esfera pública conceituada por Habermas tinha uma característica de exclusão.

Segundo John B. Thompson, “é certo que a assembleia grega era uma esfera pública de acesso restrito: somente homens atenienses acima dos 20 anos podiam participar, e mulheres, escravos e “metecos”⁷, entre outros, eram excluídos” (THOMPSON, 2008, p.68).

⁶ Acessado em: www.publicacoesacademicas.uniceub.br/index.php/, no dia 17/12/2009.

⁷ Expressão utilizada para designar estrangeiros domiciliados em Atenas.



Ainda segundo o autor, Habermas, ao explicar a emergência da esfera pública burguesa, enfatiza o surgimento da imprensa periódica e a discussão crítica promovida por essa imprensa e ocorrida na esfera pública promoveu uma mudança na forma de governo dos estados modernos. Para Thompson,

O ser constantemente chamado diante de um fórum público, o parlamento se tornou cada vez mais aberto ao escrutínio, finalmente abandonando o direito de evitar a publicação de seus procedimentos. O Parlamento também se tornou mais aberto à imprensa e começou a desempenhar um papel mais construtivo na formação e na articulação da opinião pública. (THOMPSON, 2008, p. 69)

O modelo da esfera pública burguesa de Habermas (1984) contava com uma separação entre os setores público e privado. Para o autor “à medida que o setor público se imbrica com o setor privado, este modelo se torna inútil.” (HABERMAS, 1984, p. 208). Sendo assim, o estudioso aborda a questão da mudança na estrutura da esfera pública. Além disso, Habermas também aponta a questão do público como “consumidor de cultura”, ao invés de crítico e pensador.

A principal crítica levantada à teoria habermasiana de refeudalização da esfera pública, de acordo com Thompson, diz respeito à recepção dos conteúdos apresentados pela mídia, ao qual Habermas “tende a presumir que os receptores dos produtos da mídia são consumidores relativamente passivos que se deixam encantar pelo espetáculo e facilmente manipular pelas técnicas da mídia” (THOMPSON, 2008, p. 72).

Ainda para o autor,

O desenvolvimento dos meios de comunicação criou novas formas de interação, novos tipos de visibilidade e novas redes de difusão de informação no mundo moderno, e que alteraram o caráter simbólico da vida social tão profundamente que qualquer comparação entre política mediada de hoje e práticas teatrais das cortes feudais é, no mínimo, superficial. Mais do que comparar a arena das mediações deste século XX com eras passadas, precisamos repensar o significado do “caráter público” hoje, num mundo permeado por novas formas de comunicação e de difusão de informações, onde os indivíduos são capazes de interagir com outros e observar as pessoas e eventos sem sequer os encontrar no mesmo ambiente espaço-temporal. (THOMPSON, 2008, p.72)

Assim, baseado no pensamento de Thompson, quando recorremos ao conceito de esfera pública nos dias atuais, devemos levar em consideração o papel dos meios de comunicação de massa. Nesse sentido, torna-se, de acordo com Oliveira, “impossível exigir a co-presença como uma característica fundamental da esfera pública, bem como



também é irreal se exigir a possibilidade de contrapor ao mesmo tempo o que a mídia diz, semelhante a um diálogo entre pessoas” (OLIVEIRA, 2008, p.172).

Desafios da comunicação pública

Dentre os maiores entraves para uma efetiva comunicação pública no Brasil estão os fatos de que os atores políticos buscam, ainda nos dias atuais, uma comunicação mais voltada para a obtenção de visibilidade e busca de apoio público, e com isso, uma comunicação menos dialógica, e mais persuasiva, com o interesse de captura de voto⁸.

Para Wilson Gomes “não há dúvida quanto ao fato de que a preocupação com a imagem pública tenha se tornado parte inseparável da prática política contemporânea” (GOMES, 2004, p. 278).

Nesse sentido, os políticos se cercam de profissionais das diferentes habilitações da comunicação, a fim de buscarem uma imagem positiva perante seus eleitores e a população.

Outra dificuldade para a prática da comunicação pública é que, como aponta M. Duarte (2007, p.108) “o que se verifica no Brasil é que a estrutura de comunicação formada tradicionalmente não confere ao cidadão o direito pleno a comunicação.” Historicamente, temos uma prática de interesses privados em controlar os meios de comunicação, através de concessões públicas, e neste contexto é muito difícil os meios de comunicação de massa não terem interesses vinculados aos seus proprietários e governantes.

Porém, as redes sociais, surgem como uma alternativa de comunicação mais voltada para o estímulo à participação, além de meios comunitários, como TVs e rádios comunitárias, jornais comunitários, entre outros.

Em busca de uma conclusão

Falar de comunicação pública é uma tarefa que exige uma ampla reflexão e discussão sobre o tema. Assim, o artigo não tem a pretensão de esgotá-lo e tão pouco de apresentar uma conclusão. Desse modo, ambiciona-se sim abrir espaço para reflexões.

⁸ Expressão utilizada por Maria Helena Weber, em seu artigo: Na Comunicação Pública, a captura do voto. Acessado em: http://www.logos.uerj.br/PDFS/27/03_MARIA_WEBER.pdf, no dia 17/12/2009.



O que se pretendeu aqui foi mostrar que a prática da comunicação pública passa pela cidadania, e que ambos os conceitos são indissociáveis.

Apesar de ser uma prática ainda difícil, com grandes desafios e obstáculos, tanto no campo da mídia, do cidadão e do Estado, caminhamos para uma comunicação entre Estado e sociedade com um viés mais participativo.

O que não devemos é pensar a sociedade formada por indivíduos meramente receptores e sem capacidade crítica, e sim como sujeitos pensantes e interagindo socialmente.

Nesta visão, a prática da comunicação pública é um desafio possível, mesmo enfrentando entraves e ainda praticada timidamente, “a comunicação é hoje o ponto de partida e de encontro para o processo de aprendizado da cidadania”. (DUARTE, 2007, p. 105)

Referências Bibliográficas:

BARROS, Ana Paula Ferrari Lemos. **A importância do conceito da esfera pública de Habermas para a análise da imprensa** - uma revisão do tema. www.publicacoesacademicas.uniceub.br/index.php/, acessado no dia 17/12/2009.

BRANDAO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. IN: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, Jorge, BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. SP: Atlas, 2005.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

DUARTE, Jorge. Instrumento de Comunicação Pública. IN: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.



GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. RJ: Tempo Brasileiro, 1984.

M. DUARTE, Márcia Yukiko. Comunicação e Cidadania IN: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público.. São Paulo: Atlas, 2007.

MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spínola (Org.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

MATOS, Heloiza. Comunicação Pública, esfera pública e capital social. IN: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público.. São Paulo: Atlas, 2007.

MIDÕES, Miguel. **Novos e velhos meios de comunicação na esfera pública de Habermas**. www.bocc.ubi.pt/pag/midoes, acessado no dia 17/12/2009.

MONTEIRO, Graça França. A singularidade da comunicação pública. IN: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise Documental como método e como técnica IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, Juliano Cordeiro da Costa. **Transformações da esfera pública na contemporaneidade**. <http://www.unifor.br/notitia/file/2632.pdf>, acessado no dia 17/12/2009.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. **Gestão Pública, comunicação e cidadania: o caso da prefeitura municipal de Campinas**. Acessado em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/cidadania/0207.htm>, no dia 17/12/2009.

SOUSA, Mauro Wilton (org). **Recepção Mediática e espaço público: novos olhares**. São Paulo: Paulinas, 2006.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa Bibliográfica. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.



THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

WEBER, Maria Helena. **Na Comunicação Pública, a captura do voto.** http://www.logos.uerj.br/PDFS/27/03_MARIA_WEBER.pdf, acessado no dia 17/12/2009.

WEBER, Maria Helena. Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política. IN: MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spínola (orgs.). **Mídia, esfera pública e identidade coletivas.** Belo Horizonte: UFMG, 2006.

ZÉMOR, Pierre. **La Communication Publique.** PUF, Col. Que sais-je ? Paris, 1995. Tradução livre e resumida da obra realizada pela professora Elizabeth Brandão, acessada em: http://www.ucb.br/comsocial/mba/ComunicacaoPublicaPierreZemor_traducao.pdf, no dia 17/12/2009.