

Relato de experiência: série de reportagens comunicação pública, um princípio de cidadania¹

Kaique Cangirana TROVÃO²

Lara NASI³

Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS

Resumo

Este trabalho discute o conceito de Comunicação Pública (CP) em sua interface com a cidadania a partir de uma série de três reportagens televisivas produzidas como Trabalho de Conclusão de Curso⁴. As reportagens abordam os direitos em sociedade junto ao conceito de comunicação pública, sua história e o cenário sociocultural do país, compreendendo a comunicação pública como um princípio de cidadania. Para centralizar as reflexões que confirmam as conclusões do material jornalístico, este trabalho conclui sobre a relação entre o conceito de comunicação pública e a cidadania, a difusão da CP nas organizações e espaços públicos e a conexão de profissionais de comunicação pública no serviço ao cidadão por meio de informações de interesse público.

Palavras-chave: Comunicação pública; cidadania; sociedade; informação.

Introdução

A Comunicação Pública contribui para a participação social em uma realidade democrática. Sua prática se constitui como uma importante parte do relacionamento entre a sociedade civil e o estado. Ao longo dos anos, a construção deste conceito enfrentou desafios socioculturais e políticos que configuram sua formulação até os dias de hoje. Para Duarte (2021), a comunicação pública ocorre em ambientes de informação e interação do público, envolvendo estado, governo e sociedade.

Comunicação Pública é a que assume a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. Diz respeito ao diálogo, à informação e ao relacionamento cotidiano das instituições públicas com o cidadão. Destina-se a garantir o exercício da cidadania, o acesso aos serviços e às informações de interesse público, a transparência e a prestação de contas (Duarte, 2021, p.6).

¹Trabalho apresentado na IJ07 – Comunicação e Cidadania, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Pelotas, e-mail: kaiquecangirana12@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação e Professora de Jornalismo na Universidade Federal de Pelotas, e-mail: lara.nasi@ufpel.edu.br.

⁴ Trabalho de Conclusão de Curso, aprovado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel(a) em jornalismo pela Universidade Federal de Pelotas.

Discutir comunicação pública é olhar para as pessoas e a função da gestão pública para com essas. Este trabalho acadêmico e experimental observa esta atividade como fundamental para democracias contemporâneas, um instrumento de comunicação, cidadania, informação e publicidade daquilo que interessa ao progresso social. A diminuição das desigualdades sociais e a reivindicação de direitos humanos são influenciados pelo tratamento das informações por forças públicas, privadas e a sociedade.

Neste artigo, é narrado o processo de produção de três reportagens televisivas que buscam apresentar o conceito de comunicação pública e sua relação com a cidadania. A série de reportagens foi produzida como trabalho experimental de conclusão do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas. As reportagens⁵ estão disponibilizadas em uma *playlist* do *YouTube*, formato digital escolhido para a divulgação. No artigo é possível conferir o relato da experiência de produção sobre comunicação pública e cidadania, procedimentos metodológicos para a concepção do produto audiovisual e análises acerca dos episódios.

Relato da experiência de produção em comunicação pública e cidadania

A produção de reportagens televisivas teve como objetivos apresentar a história e relevância da comunicação pública, a relação deste conceito com a cidadania, as atividades realizadas por profissionais em instituições públicas, a diferenciação da informação emitida por entes públicos e privados, questões legais de acesso à informação e a informação pública como forma de cidadania e democracia. Este projeto utiliza a linguagem de reportagens televisivas documentais por considerar o formato ideal para a ampla divulgação e compreensão acerca do tema.

As reportagens, da série intitulada “Comunicação pública no Brasil: um princípio de cidadania”, com cerca de 5 minutos cada, abordam, respectivamente, a apresentação do conceito de cidadania, sua origem e desenvolvimento, iniciativas de comunicação pública e papel nas organizações, assim como, os desafios e funções desempenhadas por profissionais de comunicação pública para com o cidadão e seus direitos em sociedade.

⁵ Link para a playlist:

<https://youtube.com/playlist?list=PLh-CSUox2YOWilyVVDL-MkEzCwXjzGeoL&si=BjF9QUbsP63nTKYC>

As entrevistas foram fundamentais para que o gênero escolhido alcançasse as informações adequadas para descrever a comunicação pública e sua relação com a cidadania. Oito pessoas foram entrevistadas no processo de apuração, essas integram as reportagens como fontes essenciais. Os entrevistados foram: Jorge Duarte, analista de comunicação da Embrapa e pesquisador de comunicação pública, Maíra Bittencourt, então diretora-geral da Empresa Brasil de Comunicação, Caroline Casali, professora e coordenadora do curso de Gestão Pública da Universidade Federal de Pelotas, Gabriela Silva, Thiago Bergmann e Silvana de Araújo, jornalistas da Coordenação de Comunicação Social da Universidade Federal de Pelotas, Apes Falcão, então supervisor do Núcleo de Comunicação Organizacional da Embrapa Clima Temperado, e Cristiane Betemps, analista de comunicação da Embrapa Clima Temperado.

Procedimentos metodológicos

Como relato de um trabalho audiovisual, este artigo se baseia na metodologia de documento de vídeo, filme e fotografias, teorizada por Peter Loizos (2008). Para o autor, a pesquisa por vídeo inclui práticas de organização como armazenagem, cópia, nomeação e detalhamento dos arquivos, assim como, o conteúdo de cada um. Com isso, também se faz necessária como prática metodológica reproduzida neste trabalho, a garantia de legibilidade e compreensão das informações a partir da qualidade de som e vídeo (Loizos, 2008). Os procedimentos metodológicos implicam na produção audiovisual das três reportagens e viabilizam análises acerca deste trabalho.

As imagens e a tecnologia são colaborativas e não uma finalidade, logo, este trabalho utiliza softwares de produção audiovisual, como o *Adobe Premiere*⁶, para edição das imagens registradas (Loizos, 2008), preocupação especificada na criação de sentidos e detalhamento da produção da série de reportagens.

Loizos (2008) acredita que o pesquisador deve decidir sobre o significado de símbolos em vídeos gravados a partir de fundamentos teóricos e fundamentos empíricos e interpretativos. Tal característica envolve a avaliação prévia ou posterior ao registro audiovisual. A partir disso, é possível criar sequências de ação que desencadeiam a história de um produto audiovisual, metodologia utilizada neste projeto. “O vídeo tem uma função óbvia de registro de dados sempre que algum conjunto de ações humanas é

⁶ *Software* utilizado para editar vídeos profissionais e muito comum no telejornalismo.

complexo e difícil de ser descrito compreensivamente por um único observador, enquanto ele se desenrola” (Loizos, 2008, p.147). A pesquisa qualitativa a partir da apuração e gravação de entrevistas corresponde à representatividade de fontes ligadas à comunicação pública, universo que delimita o universo deste projeto.

O trabalho tece considerações sobre a comunicação pública e a cidadania a partir de dados extraídos no processo prático audiovisual que formata as reportagens. Logo, registram-se os caminhos desejados e alcançados no processo de apuração com fontes, a produção e edição do material audiovisual, considerando as técnicas de produção jornalística e a disponibilização do material no espaço público. Já para a reflexão teórica sobre os temas, o método é a pesquisa bibliográfica, que permite a reflexão teórica sobre a produção prática realizada.

A seguir, a partir da descrição do tema de cada uma das reportagens, é estabelecido um diálogo bibliográfico que sustenta e problematiza a discussão em cada um dos episódios.

Episódio 1 - Comunicação pública no Brasil: definição, origem e cidadania

No primeiro episódio, o conceito de comunicação pública é apresentado junto a sua origem e desenvolvimento em meio a momentos conturbados como a ditadura militar, exemplificada na reportagem como momento de repressão à liberdade de expressão, marketing político em prol do regime e comunicação apelativa, com baixa ou nenhuma participação social. No episódio, a redemocratização é abordada como uma mudança de paradigma para pesquisas e implementações da comunicação pública na academia e em instituições, o que favorece a noção de participação social no contraste entre comunicação política e comunicação governamental, conceitos utilizados para descrever a atividade no passado, mas sem o compromisso com o interesse público.

Para Duarte (2011), principal referência sobre comunicação pública neste trabalho e fonte entrevistada pela reportagem analisada, a superação do regime militar marca uma “virada de chave” para a comunicação pública no Brasil.

A exigência de comunicação no âmbito dos governos cresceu com a redemocratização do país e com a transformação do perfil da sociedade na década de 1980. O fim da ditadura militar, depois de mais de duas décadas, deu origem à liberdade política, de imprensa, da participação popular, ao estabelecimento dos direitos do consumidor e a uma nova Constituição (Duarte, 2011, p.3).

Matos (2012) reconhece a comunicação pública como atributo de um ambiente democrático e acessível ao responsabilizar o estado pela promoção de espaços e iniciativas para o diálogo e a participação social.

Se cabe ao Estado (como instância normativa e de controle da comunicação pública) a missão de convocar os agentes a participarem, restam ainda por caracterizar os espaços onde se formaliza esta participação, a esfera pública. A esfera pública é esse conjunto de espaços físicos e imateriais em que os agentes sociais podem efetivar sua participação no processo de comunicação pública (Matos, 2012, p.52).

Especificamente no Brasil, o termo comunicação pública é utilizado para designar a comunicação feita para a sociedade como um eixo da cidadania. Antes de aprofundar a unidade conceitual para a informação e interatividade no meio público, é importante destacar que o direito à comunicação e à informação se encontra expresso no Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948: “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”. Essa cláusula influencia a Constituição Brasileira na consideração da comunicação e informação como direitos do cidadão.

Para Duarte (2012), a comunicação pública é um direito coletivo da sociedade e um dever do aparato estatal, governos, partidos políticos, empresas públicas, instituições públicas e até mesmo privadas.

Comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável (Duarte, 2012, p.61).

Assim, Jorge Duarte reconhece a existência da discussão jurídica como epicentro da comunicação pública. “Um conceito frequentemente citado nos debates sobre comunicação pública é o de direito à informação. Ele é particularmente relevante, porque é um meio para acesso e uso dos outros direitos referentes à cidadania” (Duarte, 2012, p.62).

No contexto nacional, o desenvolvimento do conceito a partir da liberdade de expressão, fim da repressão e censura pela ditadura militar é compartilhado por Brandão

(2012). “No entanto, deve-se reconhecer que pela primeira vez depois da era militar, tratou-se da comunicação governamental com uma preocupação que pretendia ir além da propaganda e do marketing político e resgatou-se a noção do civismo, desgastada no tempo da ditadura militar” (Brandão, 2012, p.12). Com o reconhecimento da relevância social da comunicação pública e sua perspectiva cidadã, a emergência desta nas organizações foi constante.

Episódio 2 - Comunicação pública no Brasil: iniciativas e papel nas organizações

O segundo episódio da série centra-se no papel das organizações. A reportagem aborda a comunicação pública nas organizações, relacionando o conceito à integração da comunicação entre as diversas áreas como as relações públicas, jornalismo e assessoria de imprensa. A história descreve o desenvolvimento da comunicação pública a partir da preocupação com o interesse público por parte das organizações e instituições públicas.

Duarte (2011) acredita que o compromisso do governo com a sociedade deve contemplar o interesse público, a formulação de políticas públicas, desenvolvimento da gestão inclusiva e qualificação de canais para a interatividade entre os agentes do meio público. Para isso, organizações públicas devem garantir espaços de interatividade e informação, mantendo um relacionamento impessoal entre sociedade, estado e instituições. “O desafio da comunicação pública é colocar a perspectiva do conjunto da sociedade e do indivíduo-cidadão acima das instâncias governamentais, privadas, midiáticas, pessoais e políticas” (Duarte, 2011, p.7).

Como consequência, a população atribui ao dever estatal, sua manifestação cidadã moderna, como explica Bandeira (2011).

No seu sentido clássico, o conceito de cidadania está associado à participação política, às decisões daquilo que é público, à vida em comunidade, que só se torna possível com o surgimento das cidades-estado. A atual concepção de cidadania, influenciada pelos ideais iluministas, se encontra amparada nos direitos e deveres dos indivíduos perante o Estado (Bandeira, p.572, 2011).

Mainieri e Rosa (2012) relacionam a participação social junto às organizações como uma característica presente num sistema democrático.

O papel da comunicação pública é essencial para a manutenção da democracia. Para tanto, devemos compreendê-la como espaço de interlocução da, para e com a sociedade. Comunicação pública é o

verdadeiro diálogo da sociedade em torno dos assuntos coletivos e de interesse público (Mainieri; Rosa, 2012, p.205).

Neste estágio, coloca-se em foco a diferenciação dos interesses nas esferas pública e privada para exemplificar o conjunto de princípios que caracterizam a comunicação pública. Quando o estado cumpre seu dever em promover a interatividade e informações no espaço público, isso inclui o diálogo e transparência no relacionamento da sociedade com as organizações públicas. Sendo assim, órgãos públicos costumam beneficiar a comunicação por núcleos internos, canais, produtos, fóruns, publicidade das ações institucionais e outros, o que caracteriza os objetivos amplos da comunicação pública no ambiente organizacional.

Kunsch (2014) destaca a dimensão humana na comunicação das organizações, ressaltando a contribuição das pessoas nos processos de interatividade e participação social, padrões que também caracterizam a atividade estratégica dos comunicadores em organizações públicas. A autora sustenta que essa perspectiva distancia gestores da visão “pragmática e instrumental” da comunicação, logo, fluxos interativos se sobressaem, evitando a linearidade da comunicação. “É preciso pensar nas pessoas com as quais lidamos, no dia a dia, nos ambientes interno e externo. Não é possível desconsiderar a comunicação humana e as múltiplas perspectivas que permeiam o ato comunicativo no interior das organizações” (Kunsch, 2014, p.58).

Quando uma organização valoriza a colaboração livre de recursos humanos interessados na eficiência da comunicação pública, a linguagem da instituição passa a ter potencial criativo e construtivo. Tal abordagem prática da comunicação viabiliza o exercício dos direitos conferidos ao cidadão pelo estado.

Episódio 3: desafios da comunicação pública feita por pessoas

No terceiro e último episódio, a reportagem discute o papel de pessoas que trabalham com a comunicação pública em funções integradas como a assessoria de imprensa, relações públicas, marketing e jornalismo, levando conhecimento sobre a instituição aos públicos de interesse, preservando a identidade da instituição e com a preocupação estratégica necessária para informar e aproximar a sociedade a função das instituições. Esse relacionamento construído por meio dos canais oficiais de comunicação vai além de produtos, preconizando a necessidade de investimentos,

valorização e potencialização da comunicação pública para alcançar a cidadania por meio da participação social.

Mendonça (2024) reconhece desafios enfrentados por profissionais de comunicação em instituições públicas. Segundo o autor, estes desafios têm o poder de alterar as práticas, a rotina e a natureza da comunicação pública.

A produção de comunicação pública tem encontrado grandes desafios na atualidade. Se, por muito tempo, argumentou-se que a comunicação pública deveria pautar-se por valores democráticos e republicanos, as profundas turbulências por que passa a democracia na contemporaneidade evidenciam a magnitude dos desafios enfrentados por instituições diversas (Mendonça, 2024, p.65).

O jornalismo, muitas vezes reconhecido como um quarto poder, disruptivo e crítico no sistema democrático, busca a publicidade nas instituições públicas. Na reportagem, essa prática é detalhada como a busca pela informação de interesse público acerca das atividades e, conseqüentemente, o emprego dos recursos em uma instituição pública.

Neste processo, as instituições trabalham para mostrar, revelar as contribuições das fontes institucionais que promovem os insumos para a imprensa. As instituições têm de envolver-se com a mídia para atingir aos públicos cujas opiniões orientam as políticas nacionais e as ações políticas (Monteiro, 2018, p.123).

Considerando a diversidade e a necessidade de comunicação e relacionamento no fortalecimento da atividade, a integração na organização é essencial para a efetividade da comunicação pública. Atividades comunicativas formam o corpo de possibilidades que incorporam a instituição e sua imagem pública. Ao destacar o fortalecimento da imagem institucional e a produção para públicos interessados, a reportagem demonstra como noções estratégicas de profissionais de comunicação integram o planejamento e assertividade da comunicação pública. A responsabilidade de conceber uma ideia sobre a organização e sua relação com a sociedade, centraliza o papel dos profissionais no último episódio.

Considerações finais

A comunicação pública é uma ferramenta crucial para o fortalecimento da democracia e a melhoria da relação entre estado e sociedade. Através da transparência, publicidade, interatividade e garantia de acesso, é possível não apenas garantir o direito

à informação, mas também promover a cidadania e a participação ativa da sociedade nas questões políticas e sociais. A participação social na interatividade entre sociedade e organismo estatal demonstra as potencialidades desta relação quando mediada por harmonia e princípios éticos. Abordar a comunicação pública hoje é considerar sua evolução histórica, a contribuição de pessoas e instituições no fortalecimento do conceito e atividade que pauta constantemente a prestação do serviço público.

Neste trabalho foi possível identificar a história, desafios, preocupações e avanços significativos do conceito de Comunicação Pública e sua relação com a cidadania, a partir da produção em jornalismo televisivo. Ainda existem desafios a serem superados, como a capacitação de ambientes de comunicação, instauração de melhorias nestes ambientes, qualificação de profissionais, adaptação a novas tecnologias e canais.

Ainda assim, durante esse trabalho e produto resultante, reconhecemos a história democrática do Brasil como pilar para a emergência do conceito, o que reforça a luta pela conservação de um regime democrático e a oposição aos atos que atentem contra a liberdade de expressão, opinião, informação e independência. A questão política da comunicação pública anda paralelamente à conservação do regime democrático, deveres do estado e direitos do cidadão, que precisa continuar exigindo transparência, publicidade e posicionamento daqueles responsáveis pela administração pública.

Espera-se que a valorização, reconhecimento e disseminação da importância da comunicação pública e dos profissionais por trás de sua execução proporcionem o exercício da cidadania ativa por parte dos mais diversos segmentos da sociedade. É imprescindível que para alcançar a gestão pública eficiente e comprometida com princípios constitucionais e de direitos humanos, a presença da comunicação pública se faça constante e relevante em diversos ambientes da esfera pública.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Denize Daudt. A relação entre os processos de comunicação e cidadania. *Estudos*, Goiânia, v. 38, n. 4, p. 571-584, out./dez. 2011.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2012. p. 1-31. Disponível em: <https://pergamum.ufpel.edu.br/acervo/5014453>. Acesso em: 20 set. 2024.

DUARTE, Jorge. **A comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: <https://pergamum.ufpel.edu.br/acervo/5014453>. Acesso em: 20 set. 2024.

DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011. p. 121-134. Disponível em: <https://abcpublica.org.br/biblioteca/sobre-a-emergencia-dos-conceitos-de-comunicacao-publica/>. Acesso em: 24 nov. 2024.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. **Matrizes**, v. 8, n. 2, p. 35-61, 2014.

LOIZOS, Peter. Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7ª Edição. Petropolis, RS: Editora Vozes, 2008.

MAINIERI, Tiago; ROSA, Elisa Costa Ferreira. Comunicação pública, cidadania e democracia: algumas reflexões. **Revista comunicação midiática**, São Paulo, v.7, n.1, p.192-206, jan./abr. 2012.

MATOS, Heloiza Helena. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge. (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2012. p. 47-57. Disponível em: <https://pergamum.ufpel.edu.br/acervo/5014453>. Acesso em: 22 set. 2024.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Democracia, comunicação pública e instituições. In: LIMA, Fábila Pereira; BITTENCOURT, Maíra; SALGADO, Ivanei (orgs.). **Comunicação pública nas instituições federais de ensino superior**. Belo Horizonte: Incipit, 2024.

MONTEIRO, Graça França. A notícia institucional. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2018.