

# COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Autora: **Maria José da Costa Oliveira (org.)**  
Campinas: Alínea, 2004.

Resenhista

## Henrienne Barbosa

Jornalista, mestranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), pesquisadora da área de Comunicação Pública e membro do grupo de pesquisa em Ciência & Tecnologia, do CNPq.

### COMUNICAÇÃO PÚBLICA: A DEMOCRACIA DA VISIBILIDADE

Definir a democracia? Noberto Bobbio, entre as inúmeras opções, fez sua escolha com foco nos meios de comunicação: “As definições de democracia, como todos sabem, são muitas. Entre todas, prefiro aquela que apresenta a democracia como o *poder em público*”<sup>1</sup>. Insurge daí, palavra-chave: visibilidade, em oposição à “irresistível tendência” do poder, nas suas diversas esferas, de subtrair-se ao olhar do outro, em desprezo à interatividade, conciliando o que é de difícil conciliação: democracia e segredo. Contra o paradoxo, o livro *Comunicação Pública*, lançado em 2004, aponta outro caminho: democracia e conhecimento. Fora daí não há meios de

consolidar e exercer a cidadania brasileira recém-desperta.

*Comunicação Pública* defende uma nova proposta de construção e propagação do conhecimento, para a existência de uma opinião pública atuante, fundamentada na cultura dos direitos e da solidariedade. Escrito por doze autores, de importantes instituições acadêmicas do país e com diferentes perfis profissionais e estilísticos, a obra discute a comunicação sob a perspectiva da sociedade, do governo e da esfera pública não-estatal, incluindo empresas e ONGs. Destaca-se pela diversidade, e manifesta-se contra a ausência dela. Falar sobre Comunicação Pública é contestar também o “silêncio dos excluídos”, dando-lhes voz, prefacia Luiz Gushiken, ministro da Secretaria de Comunicação

e de Governo e Gestão Estratégica, para quem a comunicabilidade é “elemento central” nos debates sobre o destino do país.

Ligado à multiplicidade de vozes e a esferas de interação social, o conceito de Comunicação Pública não pertence, necessariamente, às instituições estatais. Estas, porém, devem obviamente assumir seu compromisso cívico. Maria José da Costa Oliveira, organizadora do livro, explica que a Comunicação Pública é um conceito ainda pouco conhecido e praticado no espaço público, “com a discussão de temas de interesse público” e “participação ativa do governo, empresas, do Terceiro Setor e da sociedade como um todo”.

Com o olhar da sociologia, Lara Andréa Crivelaro Bezzon analisa a cidadania no processo de redemo-

<sup>1</sup> Para Bobbio o “poder em público” está diretamente relacionado com os meios de comunicação no seu compromisso democrático. BOBBIO, N.; BOVERO, M. (org.). *Teoria Geral da Política*. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000. p. 386.

cratização, comenta as características da política brasileira e alerta: “Só a socialização da informação poderá fornecer aos membros da sociedade civil a cidadania integral”. Em vista dessa necessidade e considerando os avanços da ciência e da tecnologia, Graça Caldas atenta para a importância da divulgação científica. Aspectos como popularização da ciência, divulgação de políticas de C&T, educação e ciência, papel do Estado e interesse público, sob perspectiva das relações de poder, são debatidos no capítulo.

Cecília Peruzzo fala sobre a comunicação comunitária e também dedica parte do capítulo ao “poder de comunicar”, de forma a garantir ao cidadão o direito de participar da produção da informação. Esther Caldas Bertoletti enfatiza a importância da preservação da memória e do acesso às informações históricas, entre elas as disponibilizadas pela imprensa. A sociedade da informação e a construção de um espaço público plural, como pressuposto indispensável da liberdade, são temas tratados por Luciana Bernardo Miotto.

Com enfoque na comunicação governamental, Heloiza Matos, Gino Giacomini Filho e Maurício Lara Camargos discutem a Comunicação Pública em suas limitações atuais e possibilidades interativas. Matos apresenta uma pesquisa sobre a comunicação das instituições militares nas últimas quatro décadas, buscando embasamento teórico na escola francesa para discutir a Comunicação Pública, como modalidade estatal. Ao constatar a resistência da opinião pública quanto à publicidade estatal, Giacomini identifica as deficiências da propaganda, aponta soluções e enfatiza sua importância no processo de cidadania. Faz-se necessário, segundo o autor, uma propaganda da publicidade pública.

Quando o poder não é um fim em si mesmo, mas uma ferramenta importante para o bem da Nação, pode-se falar em Comunicação Pública, pois interesses políticos e públicos se convergem. Ao assessorar um, assessora-se o outro. Contudo, a situação é outra: falta convergência entre o poder e o povo. Qual deve ser o papel do comunicador público diante do

choque de interesses que por vezes solapa a democracia? A pergunta conduz o artigo de Maurício Camargos.

Na última parte do livro, Vera Toledo Camargo, Adreas Roberto Hoffmann, Irani Marchiori e Maria José da Costa Oliveira tecem reflexões sobre a Comunicação Pública e os setores não-estatais. No que diz respeito à comunicação empresarial, por exemplo, são sugeridas estratégias de comunicação aliadas ao compromisso ecológico.

Como é possível, contudo, falar em Comunicação Pública no país se nem mesmo a grande imprensa desempenha sua função fiscalizadora? Se não é possível mudar os meios de comunicação mudam-se os conceitos? Estes são importantes, mas não devem servir para criar ficções, precisam ser confrontados com a realidade. É justamente para impedir que o brado por democracia iniciado na década de 1980 caia na ausência de ação, que o livro-coletânea propõe, dentro das leis do mercado e sem deixar de lado a utopia, uma nova e libertadora forma de comunicabilidade.