



Ano 4 | # 2 | edição semestral | dezembro de 2012

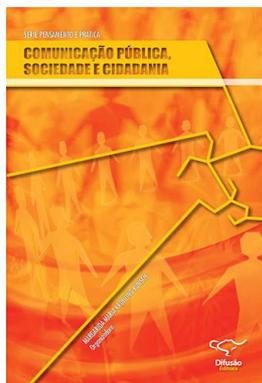
Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom

Comunicação pública: entre proximidades e processos de identificação social

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. 1.ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.293 pg. (Série Pensamento e Prática; v.4).

ISBN: 978-85-7808-097-6.

MENEGUINI, Aline¹.



“*Comunicação pública, sociedade e cidadania*”, trata-se de uma obra coletiva resultado do debate e reflexões elaboradas e apresentadas no IV Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp) realizado em Porto Alegre em 2010. Quarta obra da série Pensamento e Prática, a coletânea tem como principal objetivo socializar o conhecimento científico produzido no congresso, o qual contou com a participação de conferencistas internacionais e renomados palestrantes nacionais.

A organizadora da coletânea, Margarida Maria Krohling Kunsch, liderança na criação da Abrapcorp em 2006, é considerada como pioneira nos estudos de comunicação organizacional no Brasil. Sua iniciativa em concentrar os debates numa única obra possibilitou a divulgação da produção de conhecimento a respeito de comunicação pública, considerada vertente da comunicação que abrange diversas

¹ Graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela UNESP. Mestranda em Comunicação pela mesma instituição. Membro do Grupo de Pesquisa: Mídia e Sociedade vinculado ao CNPq. Bolsista pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP.

fronteiras disciplinares, práticas sociais e profissionais, também entendida como comunicação comprometida com a cidadania e assim, vinculada aos interesses públicos.

A fim de alcançar a abrangência necessária para compreensão da temática, o livro está dividido em quatro partes. Na primeira parte, intitulada “Comunicação pública: aportes teóricos e abrangência” constam textos de teóricos que dão suporte para as ideias posteriormente desenvolvidas e certamente contribuirão para novas perspectivas teóricas. O autor Stefano Rolando, inicia a coletânea expondo seus pensamentos no artigo “A dinâmica evolutiva da comunicação pública”, que aborda as três eras da conceituação do campo, definidas por ele como: a era anagráfica; era da comunicação de serviço e a era da comunicação para identidade competitiva e solidária. Para o teórico, a comunicação transcendeu a instrumentação do poder tornando-se espaço semiótico de identificação dos cidadãos para com o Estado, portanto, a comunicação além de aproximar o cidadão das instituições passou a ser elemento constitutivo na estética da democracia.

A pesquisadora Heloiza Matos, com seu artigo “A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento”, aponta algumas lacunas nas argumentações sobre comunicação pública. Ela revela um cenário de exclusão e marginalização de minorias do eixo dos debates políticos. Por meio da proximidade reflexiva entre a teoria do reconhecimento e comunicação pública, esclarece que essas minorias precisam ser resgatadas pelo processo de identificação dos atores sociais, o qual ocorre no ato comunicativo.

O colombiano Juan C. Jaramillo López também contribuiu com a coletânea expondo suas reflexões no artigo “Advocacy: uma estratégia de comunicação pública”, o qual apresenta um quadro referencial a fim de definir e conceituar *advocacy* como mobilização social e campo de atuação da comunicação pública. Para este fim o autor conceitua comunicação pública como vertente que se dá na esfera pública, com característica eminentemente democrática. E assim, defende mobilização social como sendo advocacia na medida em que pode ser compreendida como convocação de cidadão para realização de uma ação pontual, concreta, efêmera no tempo e associada ao despertar da consciência e provocação de adesão às mais variadas causas.

A pesquisadora nacional Mariângela Furlan Haswani, autora do artigo “Comunicação Pública 360 graus e a garantia de direitos”, também enriquece o esboço teórico inicial da obra promovendo uma reflexão a respeito da comunicação pública sob uma ótica abrangente, na qual a desmistifica como proveniente do Estado. E compreende-a como processo de interações entre atores públicos e privados com

objetivo de potencializar a relação entre Estado e cidadãos a fim de favorecer o desenvolvimento social.

A segunda parte do livro intitulada “Opinião pública, estratégia e produção de comunicação governamental” contém quatro artigos com discussões em torno da ciência da comunicação e comunicação política. Essa parte se inicia com a pesquisadora Maria Helena Weber que em seu artigo “Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião” apresenta detalhadamente as estratégias de comunicação utilizadas pelo Estado, a fim de conquistar a opinião pública, angariar votos e mobilizar grupos.

Jorge Duarte, renomado pesquisador sobre a temática, participa com o artigo “Sobre a emergência do(s) conceito (s) de comunicação pública”, no qual aponta que mesmo com a tendência do Estado em concentrar esforços apenas na assessoria de imprensa, mediante a constante apatia e desconfiança do cidadão em relação aos gestores públicos, a comunicação pública torna-se a alternativa para que a sociedade seja capaz de melhorar a si própria.

Em continuidade às reflexões, a pesquisadora francesa Nicole D’Almeida e a pesquisadora argentina Sandra H. Massoni encerram esta parte do livro com os respectivos artigos “Opinião pública, comunicação e regulação do mercado” e “Comunicação estratégica: somos *seres que se en-red (am)*”. No primeiro aponta-se a relação entre opinião pública e regulação do mercado. De modo que o termo juízo é conceituado como intervenção sobre o mundo, sendo uma questão de vigilância. Nesse panorama encontra-se também relacionado ao juízo à reputação, considerada pela autora como produto e resultado do ato de julgar. Ao definir reputação e juízo, por meio de um paralelo conceitual com a constituição da sociedade, para a autora é possível compreender a comunidade/sociedade como processo de circulação de juízos, o qual tem a potencialidade de engajar os indivíduos fazendo-os se relacionar uns com os outros, nesse sentido julgar é se integrar à sociedade.

Já a pesquisadora Sandra H. Massoni defende em seu artigo o caráter estratégico do comunicador social e aponta a necessidade de mudança de conceituação, devido às limitações do modelo clássico de definição desse profissional. Sob referência do paradigma do fluido, a autora revela a ciência como validação do conhecimento, não como uma atividade puramente cognitiva, mas considera a ciência como modo de produção coletivo.

A terceira parte do livro denominada “Democracia mídia e comunicação pública” conta com 3 artigos: “Comunicação, política e democracia: novas configurações em um espaço público midiaticizado” de Rejane de Oliveira Pozobon; “Teve pública digital: análise da política pública para um espaço midiático interativo, participativo e democrático” de Patrícia Cerqueira Reis e “Mídia e terceiro setor: tensões e negociações no agendamento de pautas sociais” escrito pela pesquisadora Rosane Rosa. Os respectivos textos contemplam a discussão sobre a relação entre comunicação, política e democracia. De modo que, por meio de análises em diferentes campos, denota-se a potencialidade da mídia, na medida em que oportuniza o acesso à informação e possibilita a construção de sentidos sociais.

A última parte da obra é intitulada, “Comunicação de interesse público entre o Estado, mercado e a sociedade” e traz o aporte reflexivo de pesquisadores como Antonio Hohlfeldt, Ana Lúcia Novelli, Rousiley Celi Moreira Maia e Delcia Maria de Mattos Vidal, os quais em suas contribuições à obra assinalam a função social da comunicação nos mais diversos âmbitos. No artigo “Comunicação pública: os diferentes sentidos do interesse público”, Antonio Hohlfeldt discute e define as competências entre entidades públicas e privadas, com intuito de compreender o funcionamento de diversas organizações por meio de processos comunicativos. Já o artigo “As sondagens de opinião como mecanismo de participação da sociedade” de Ana Lucia Romero Novelli traz o debate sobre as estratégias de participação da sociedade civil a fim de integrar-se na tomada de decisão política. Diante da falta de envolvimento social na discussão de assuntos de interesse público a autora acredita que as sondagens de opinião podem aproximar os legisladores da sociedade.

Finaliza-se a obra com os artigos “Em busca do interesse público: tensões entre a argumentação e a barganha” de Rousiley Celi Moreira Maia e “O que as organizações privadas fazem pelo social é de interesse público” de Delcia Maria de Mattos Vidal. Sendo que no primeiro aponta-se a relação entre barganha e argumentação em benefício da ação transformativa da comunicação pública e a importância da mídia no fomento das questões de interesse público. Também se enfatiza o potencial midiático no último artigo da obra, no entanto defende-se que as notícias de interesse público oriundas das organizações privadas são indispensáveis na promoção do desenvolvimento social.

Ao acompanhar os passos do pesquisador Jorge Duarte, Margarida Krohling Kunsch pode reunir estes debates no formato de coletânea de artigos, além de favorecer a consolidação da comunicação pública no país e promover um valioso intercâmbio

internacional, o qual possibilitou e acrescentou o olhar da Comunicação Organizacional e Relações Públicas para o desenvolvimento da temática.

Dessa forma, o livro pode ser entendido como um significativo progresso da conceituação da Comunicação Pública, já que avançou as reflexões propostas no livro de Jorge Duarte publicado em 2007, “Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público”, considerado um marco no desenvolvimento e fomento da perspectiva teórica da área no Brasil.

“Comunicação pública, sociedade e cidadania”, certamente trata-se de um importante aparato teórico que servirá como fonte para novas pesquisas. Pois, além de contribuir para desenvolvimento de novas reflexões teóricas sobre o campo, a obra coletiva, por seu caráter também prático, pode ser interpretada como uma espécie de manual para os profissionais da comunicação. Uma vez que oferece diversas sugestões de ações estratégicas que visam concretizar uma comunicação que inclua as minorias excluídas dos debates políticos, instigue o cidadão a lutar pelos seus direitos e deveres, reconheça o poder de articulação e produção simbólica dos meios de comunicação e tenha por objetivo principal facilitar a identificação do cidadão com as mais diversas instituições sociais.

Portanto, a comunicação torna-se problematizada não apenas por meio da ótica de aproximação e mediação do relacionamento entre Estado e sociedade, mas pela maneira que engendra o processo de identificação e ressignificação social, na medida em que compreende e abarca o cidadão como ator social, protagonista de melhorias na sua própria realidade, capaz de articular-se e relacionar-se com as instituições públicas e privadas a fim de conquistar seus direitos.