

Sistemas e Estratégias de Comunicação do Estado Brasileiro:

ENTRE A VISIBILIDADE E O INTERESSE PÚBLICO

[A Comunicação do Poder Executivo]

Tiago Gautier Ferreira Borges [Bolsista FAPERGS/UFRGS]

Orientação: Prof^a Dr^a Maria Helena Weber

Objetivos

O objetivo principal do projeto *Sistemas e estratégias de comunicação do Estado Brasileiro, entre a visibilidade e o interesse público* é identificar os sistemas de comunicação dos poderes legislativo, executivo e judiciário e formular modelos sobre a comunicação pública do Estado Brasileiro.

Nessa fase da pesquisa, procurou-se (1) detalhar o funcionamento da comunicação do Poder Executivo; (2) formular, a partir desse estudo, um modelo de Sistema de Comunicação Pública Estatal de natureza estratégica e (3) compreender a inserção dos sistemas de comunicação do Estado na esfera pública.

Metodologia

Pesquisa exploratória/documental:

- Sites dos órgãos estatais do poder executivo federal
- Prestação de contas do governo federal
- Relatórios de gestão da SECOM
- Constituição da República Federativa do Brasil
- Lei 11.652, de 7 de abril de 2008
- Decreto 6.689, de 11 de dezembro de 2008

Pesquisa bibliográfica. Compreensão dos conceitos de esfera pública e comunicação pública. Relação do Estado com os meios de comunicação, estabelecimento da opinião e formação de consenso. Organização institucional do Estado. Relações entre comunicação, deliberação, representação e democracia.

Quadro Teórico

Ao descrever o que chama de desestruturação da esfera pública, Habermas (2003) aponta o que seria uma incongruência entre seu modelo teórico, que sustenta as democracias liberais, e o modo como o “debate público” tomou forma a partir do momento em que esse sistema político foi pela primeira vez implementado. Segundo o autor, enquanto o primeiro fundamenta-se na troca de razões que estabelece o consenso, então ratificado através da ação governamental, o segundo estabeleceu-se de modo tal que os discursos chegam à esfera pública já completamente formatados e não procuram formular decisões racionalmente argumentadas entre cidadãos, mas conquistar a opinião pública através do apelo emocional. Ainda que num primeiro momento Habermas aponte a contribuição efetiva dos meios de comunicação massivos para essa conformação do debate público, Gomes (2008) reitera o potencial da comunicação para o estabelecimento da participação política e da democracia.

Partindo do conceito de comunicação pública enquanto comunicação voltada para o interesse público, estabelecida entre governo e sociedade civil, de iniciativa do Estado e inserida necessariamente na esfera pública (Zémor, 2003; Duarte, 2007; Matos, 2009), procura-se pensar o sistema de comunicação estatal inserido nessa problemática, tensionando a visibilidade, estratégica para o Estado, e o interesse público, finalidade última da comunicação pública estatal.

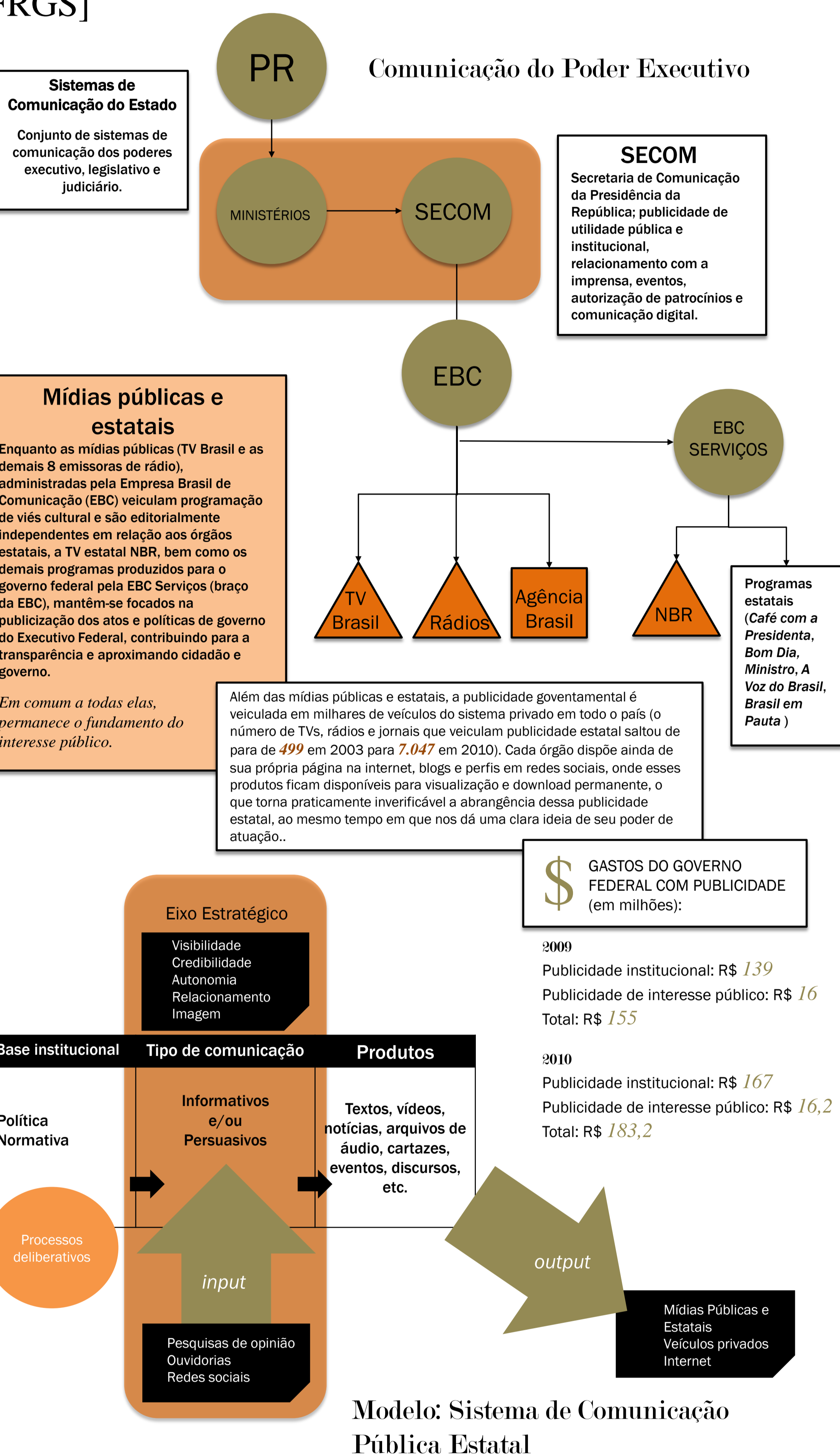
Weber (2011), a partir de dados levantados em etapas anteriores deste mesmo projeto, estabelece as estratégias de comunicação do Estado que norteiam seus sistemas de comunicação: visibilidade, credibilidade, autonomia, relacionamento com o cidadão e construção da imagem pública.

Autores como Almond e Verba (1965), da cultura política, e Lippmann (2010) fornecem dados para a investigação da formação da opinião pública. McCombs (2009) investiga as relações entre mídia e Estado na execução de políticas públicas em sua teoria da agenda. Já autores da filosofia política, como Arendt (2001) e Heller (1998), trazem em seu trabalho fundamentos para a problematização da dicotomia público/privado, além de oferecerem interessantes considerações sobre a configuração política na atualidade.

A comunicação de Estado é sempre estratégica; em uma democracia, sua finalidade deve ser o interesse público (Comunicação Pública).

Referências Bibliográficas

ALMOND, Gabriel A.; VERBA, Sidney. *The Civic Culture: political attitudes and democracy in five nations*. Boston: Little Brown and Co., 1965.
ARENDETT, Hannah. *A Condição Humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.
BEAUCHAMP, Michel (org.). *Communication Publique et Société: repères pour la réflexion e l'ation*. Boucherville, Québec, Canadá: Gaëtan Morin, 1991.
DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.
FEHÉR, Ferenc; HELLER, Agnes. *A condição política pós-moderna*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.
GOMES, Wilson. *A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política*. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*. São Leopoldo, vol. VII, nº 3, p. 214-222, setembro/dezembro 2005.
_____. *As transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.
GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. *Comunicação e Democracia: problemas & perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.
HABERMAS, Jürgen. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. 2ª ed. Tradução de Flávio R. Kohte. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.



LIPPMANN, Walter. *Opinião Pública*. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
MAIA, Rousiley C. M. (org.). *Mídia e Deliberação*. Rio de Janeiro: FGV, 2008.
MATOS, Heloiza. *A Comunicação Pública e suas interseções com as tecnologias de informação e comunicação*. São Paulo: Faculdade Casper Líbero, 2009.
MCCOMBS, Marshall. *A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2009.
WEBER, Maria Helena. *Na Comunicação Pública, a captura do voto*. *LOGOS 27: Mídia e Democracia*. Rio de Janeiro, ano 14, p. 21-42, 2º semestre de 2007.
_____. *Comunicação Pública. MídiaComDemocracia*, Porto Alegre, p. 13 - 13, 01 jan. 2009.
_____. *Estratégias de comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião*. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). *Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania*. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011.
ZÉMOR, Pierre. *A Comunicação Pública*. Tradução e comentários de Elisabeth Brandão. In: MARTINS, Luiz (org.). *Algumas Abordagens em Comunicação Pública*. Brasília: Casa das Musas, 2003. p. 76-103.